



Relatório de **Sustentabilidade** 2025

Acervo de fotos Cacau Show.

Sumário

▶ Clique nos **títulos** para acessar as páginas



Mensagem do Fundador

CRI 2-22

Se tem algo que 2025 nos ensinou, foi sobre resiliência.

Vivemos um dos anos mais desafiadores da nossa história. O preço do cacau, a essência do que fazemos, atingiu níveis que pareciam inimagináveis. Em muitos momentos, fomos colocados à prova.

Mas é justamente nessas horas que a gente descobre, de verdade, quem é.

Seguimos firmes no nosso compromisso de levar qualidade, carinho e acessibilidade para milhões de pessoas. Porque, para nós, chocolate nunca foi só chocolate. É gesto, é afeto, é conexão.

E talvez por isso, mesmo diante de tantas pressões, escolhemos fazer o que sempre fizemos: trabalhar. Trabalhar muito. Com disciplina, com paixão e, acima de tudo, com propósito.

2025 também foi um ano de construção.

Construção de sonhos que começam a ganhar forma. Como o primeiro ano completo do Bendito Cacao Family Resort, em Águas de Lindóia. Como a chegada da produção de panetones à nossa unidade de Linhares. Como o avanço consistente do nosso novo centro de distribuição, com mais de 100 mil metros quadrados de área construída. E, principalmente, com o nascimento do Cacau Park, um projeto grandioso, com cerca de 1 milhão de metros quadrados, que já começa a sair do papel para se tornar realidade.

O Cacau Park não é apenas um projeto. É um sentimento ganhando espaço físico. É a nossa marca deixando de ser apenas algo que se consome... para se tornar algo que se vive, que se sente e que se guarda na memória.

Acredito profundamente que as marcas mais fortes do mundo não são aquelas que vendem mais, são aquelas que criam conexão verdadeira. E é isso que seguimos construindo todos os dias.

Quando alguém escolhe a Cacau Show, não está levando apenas um produto. Está levando um pedaço da nossa história. E, ao fazer isso, passa a fazer parte dela.

É assim que nascem os verdadeiros embaixadores.

E é assim que crescemos, não só em tamanho, mas em significado.

Encerramos 2025 com 4.712 lojas, mantendo a liderança no ranking da Associação Brasileira de Franchising como a maior franqueadora do país.

Mas mais importante do que os números... é o que eles representam: confiança, parceria e a força de milhares de pessoas que constroem isso junto todos os dias.

Este relatório é um convite.

Um convite para olhar de perto tudo o que realizamos, aprender com os desafios e, principalmente, seguir construindo o futuro com a gente. Porque, no fim, é sobre isso.

Sobre construir algo que faça sentido:
para as pessoas,
para o mundo,
e para hoje.

Feliz Hoje!



Acervo de fotos Cacau Show.



Sobre o Relatório

GRI 2-2 | 2-3 | 2-14

A Cacau Show divulga anualmente seu Relatório de Sustentabilidade, elaborado com base nas normas da Global Reporting Initiative (GRI). O documento apresenta a visão estratégica da empresa com as principais ações e resultados operacionais nas dimensões ambiental, social e de governança.

As informações apresentadas neste relatório referem-se ao período de **1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025** e têm como objetivo fortalecer a transparência e a prestação de contas aos *stakeholders*, evidenciando a estratégia do negócio, a forma de gestão, os riscos e oportunidades, bem como os principais resultados e evoluções do ciclo.

A construção do relatório contou com o envolvimento das áreas internas responsáveis pelos temas reportados e com a validação da alta liderança. As demonstrações financeiras foram elaboradas em conformidade com as normas aplicáveis e passaram por auditoria externa independente da KPMG. Os demais dados e indicadores socioambientais foram revisados e aprovados pelo Comitê Executivo e pela área de Auditoria Interna.

O escopo do relatório abrange, de forma consolidada, as operações sob gestão da Cacau Show, incluindo indústrias, franquadoras, hotéis, lojas próprias, Instituto Cacau Show e fazenda, com eventuais exceções devidamente indicadas ao longo do documento. O conteúdo foi desenvolvido com base nos princípios de qualidade do relato, buscando assegurar equilíbrio, consistência e completude das informações divulgadas.

Para esclarecimentos adicionais ou dúvidas relacionadas a este relatório, entre em contato com a equipe de Sustentabilidade pelo e-mail:



Acervo de fotos Cacau Show.

Destques 2025



Receita de **R\$ 7,08 bilhões** (13% de crescimento a.a. 2025 X 2024);



4.712 lojas em todo o Brasil, entre franquias e lojas próprias;



+22 milhões de Ovos de Páscoa produzidos em Itapevi;



+11,8 milhões de Panettones produzidos, sendo **8,3 milhões** na fábrica de Linhares;



Tocando a vida de mais de **107,1 milhões** de pessoas;



28,6 milhões de membros Cacau Lovers;



+ 106 mil revendedores Cacau Show;



Investimento na construção do **Parque Aquático Infantil do Hotel Bendito Cacao Family Resort**, em Águas de Lindóia, São Paulo;



Obtenção da **Certificação FSSC 22000 - Food Safety System Certification**;



A marca **mais seguida do Instagram**: líder absoluta em Alimentos (Brasil) e Chocolates (mundo);



Montagem completa do último trilho da **maior e mais rápida montanha-russa da América Latina: Ghost Rider**, no Cacau Park.



Reconhecimento, Excelência e Premiações

CRI 2-12 | 2-6 | 2-29

2025: um ano de escuta, construção e fortalecimento da marca

O ano de 2025 marcou um período de importantes movimentos para a Cacau Show no fortalecimento da sua marca e na consolidação de uma visão de futuro orientada pela inovação e pela consistência de posicionamento.

As bases desse novo ciclo começaram a ser construídas ainda em 2024, quando a companhia iniciou, em parceria com a agência FutureBrand, um amplo processo de *rebranding*. Nos primeiros meses do projeto, foram conduzidas pesquisas de perspectiva interna envolvendo franqueados, revendedores e colaboradores, além de uma análise aprofundada do cenário competitivo e do comportamento do consumidor no mercado de chocolates. A partir dessa escuta estruturada, a Cacau Show avançou na construção do novo posicionamento, na definição da arquitetura e do portfólio e no desenvolvimento de uma identidade verbal e visual que sustenta essa evolução.

Esse trabalho, conduzido de forma cuidadosa e responsável, reflete a maturidade da companhia em alinhar crescimento, propósito e visão de longo prazo. Ao longo do ano, a organização seguiu avançando internamente na preparação desse novo momento, que será apresentado de forma gradual ao público nos próximos ciclos, conectado às principais campanhas do calendário comercial.

Pessoas e Conexões

Todo esse movimento de evolução da marca foi construído a partir da escuta ativa dos públicos que fazem a Cacau Show acontecer todos os dias. A participação de franqueados, revendedores e colaboradores no processo reforçou o compromisso da companhia em desenvolver uma marca cada vez mais próxima, relevante e representativa para quem vive o negócio na prática.

Reconhecimento do Mercado e dos Consumidores

Em 2025, a Cacau Show também colheu resultados expressivos do trabalho consistente desenvolvido ao longo dos anos. A marca foi reconhecida como uma das empresas varejistas mais admiradas do país pela FIA Business School, conquistou quatro estrelas no Prêmio Melhores Franquias 2025, da PEGN, venceu pela primeira vez o Top Páscoa e foi apontada como a marca preferida dos adolescentes da Geração Z. Esses reconhecimentos reforçam a força da marca, a confiança dos consumidores e a conexão construída com diferentes gerações, consolidando a Cacau Show como uma referência no setor.



Destaques em Reconhecimento

meio&mensagem

Cacau Show é eleita a **marca preferida dos adolescentes da Geração Z.**

A Cacau Show foi eleita a marca preferida entre adolescentes da Geração Z, conforme a segunda edição da pesquisa "Hábitos de Consumo e Desejo da Geração Z", que abrange os públicos que compõem as gerações Z e Alpha (nascidos de 2010 em diante). A pesquisa tem como objetivo entender o perfil, hábitos de consumo e aspirações de estudantes do ensino médio, focando em preferências de marcas e comportamento financeiro. O resultado evidencia a força e a relevância da Cacau Show no cenário nacional, consolidando a conexão da marca com o público jovem e reforçando seu posicionamento no mercado. Na pesquisa, a companhia alcançou 43,8% da preferência dos entrevistados.

FOLHA DE S. PAULO

Cacau Show no **Top of Mind** da Categoria Páscoa 2025.

A Cacau Show vence pela primeira vez o Top Páscoa. Em 2025, a produção de ovos de Páscoa no Brasil alcançou cerca de 45 milhões de unidades, de acordo com a ABICAB (Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados). Deste total, a Cacau Show foi responsável por metade da produção.

Esse resultado evidencia a força da rede de franquias no cenário nacional, o que levou a marca a alcançar pela primeira vez a liderança do Top Páscoa, com 23% das menções.

Reconhecimento, Excelência e Premiações

CRI 2-12 | 2-6 | 2-29



Destaques em **Reconhecimento**

EMPREENDE

Cacau Show conquista 4 estrelas no Prêmio Melhores Franquias 2025.

O reconhecimento da PEGN (Pequenas Empresas, Grandes Negócios) na categoria Cafeteria e Confeitaria destaca a excelência da marca em inovação, experiência do consumidor e desempenho da rede.

A pesquisa e a metodologia foram conduzidas pela Serasa Experian e a avaliação foi feita pelos próprios franqueados das marcas. O prêmio leva em conta um levantamento criterioso de três pilares: Satisfação do Franqueado (treinamentos, consultorias e materiais de operação), Desempenho da Rede (crescimento, retorno financeiro e expansão) e Qualidade da Rede (estrutura de suporte, força da marca e inovação).

IBEVAR

Cacau Show é reconhecida no Ranking IBEVAR – FIA Business School 2025.

A Cacau Show foi reconhecida como uma das empresas varejistas mais admiradas pelos consumidores no Ranking IBEVAR – FIA Business School 2025. O estudo apresenta as empresas que se destacam no varejo nacional a partir de critérios como eficiência, faturamento, imagem e desempenho financeiro.

O ranking é elaborado com base em algoritmos de Inteligência Artificial e técnicas de Processamento de Linguagem Natural (NLP), que analisam milhares de menções espontâneas realizadas por consumidores sobre redes varejistas em canais digitais, incluindo redes sociais. Esse reconhecimento reforça a reputação da Cacau Show, evidenciando a percepção positiva da marca e sua relevância no mercado varejista brasileiro.

O OTIMISTA BRASIL

CEO da Cacau Show, Alê Costa, recebe o reconhecimento “Empreendedor Inspiração do Ano”.

Em celebração ao primeiro ano do Ministério do Empreendedorismo, Microempresa e Empresa de Pequeno Porte (MEMPE), o ministro Márcio França visitou a fábrica da Cacau Show, localizada no estado de São Paulo. Acompanhado por três pequenas empreendedoras, ele foi recebido pelo fundador e CEO da empresa, Alê Costa, que foi reconhecido como “Empreendedor Inspiração do Ano” pela pasta.



Nossas Diretrizes

CRI 2-17 | 2-22 | 2-23

A Cacau Show orienta suas decisões estratégicas e operacionais a partir de diretrizes que refletem sua essência, cultura organizacional e compromisso com a geração de valor sustentável para todos os públicos com os quais se relaciona. Essas diretrizes são traduzidas por meio do propósito, missão, visão e valores da companhia, que norteiam o comportamento dos colaboradores, fortalecem a governança corporativa e direcionam a condução dos negócios de forma ética, responsável e alinhada às melhores práticas de mercado.

Mais do que declarações institucionais, esses princípios são incorporados ao dia a dia da organização, orientando a forma como a empresa se posiciona frente aos desafios, às oportunidades e à construção de relações duradouras com clientes, colaboradores, parceiros, franqueados, fornecedores e sociedade. Dessa forma, a Cacau Show reforça seu compromisso em promover crescimento sustentável, inovação e impacto positivo em todo o seu ecossistema.



Nosso Propósito

Vivemos para juntos, **tocar a vida das pessoas**, compartilhando momentos especiais.



Nossa Visão

Ser **inspiração** no universo do Cacau, **honrando** todas as potencialidades desse fruto sagrado.



Nossa Missão

Transformar o **ordinário em extraordinário** oferecendo ao nosso ecossistema uma relação duradoura com foco na qualidade & crescimento & rentabilidade & oportunidades & sustentabilidade.



Nossos Valores

Paixão por Realizar

A paixão por realizar é o que nos mobiliza. Acreditamos que tudo é possível, aproveitamos todas as oportunidades, com atitude, garra, flexibilidade, agilidade e preservando a qualidade. Temos capacidade de reação e somos abertos às mudanças.

Lealdade

Acreditamos em pessoas e em relações verdadeiras e duradouras, respeitando os compromissos até o fim. Os preceitos que dizem respeito à honra, gratidão, honestidade e proximidade fazem com que nossa turma seja única.

Atenção aos Detalhes

Buscamos ser melhores sempre. A simplicidade e o carinho impresso aplicados em nosso dia a dia norteiam nossa execução perfeita, com foco e planejamento em todos os detalhes para emocionar e encantar as pessoas, transformando o ordinário em extraordinário.

Inovação

Somos ousados, desafiamos o *status quo* e não acreditamos que exista uma única verdade absoluta. Enxergamos que tudo pode ser aprimorado. Somos protagonistas do nosso futuro e procuramos sempre práticas melhores e não somente as melhores práticas.

Cultivamos relações com carinho, respeito e pragmatismo

Somos abertos a ouvir e cuidamos das relações de forma verdadeira e próxima com todos, baseados na confiança e no equilíbrio entre a emoção e a razão. Construímos vínculos que transbordam as emoções e que são conduzidos pelos combinados.

Mais pra Mais

Nossa criatividade de transformar o ordinário em extraordinário é uma característica intrínseca em nossa essência. Nosso inconformismo aliado ao senso de dono nos mobiliza na busca da melhor gestão dos recursos disponíveis, para crescermos acima da média com ética e respeito.



Timeline Sustentabilidade

CRI 2-1

Além desses direcionadores, a Cacau Show estrutura sua atuação por meio de **sete diretrizes estratégicas**, que orientam a definição de metas, a priorização de investimentos e a condução das iniciativas corporativas, impulsionando o crescimento sustentável e a geração de valor para todo o ecossistema. São elas:

- Cacau Fruto Sagrado
- Excelência & Eficiência
- Tecnologia
- Marcas
- Crescimento
- ASG
- Pessoas



Diretrizes ASG

CR1 2-17 | 2-22 | 2-23

A Cacau Show possui um conjunto de ações que direcionam o cumprimento de seus compromissos ASG, com foco na produção sustentável do cacau e na ecoeficiência de suas operações.

Temos o compromisso com a produção sustentável do cacau e com a ecoeficiência das operações, bem como impulsionar o impacto positivo em nossa cadeia e continuar investindo na transformação social por meio da educação e do empreendedorismo, abraçar a diversidade, promover a inclusão e manter as decisões pautadas na ética, integridade e responsabilidade socioambiental, além de sermos intolerantes à discriminação, corrupção, fraudes, abusos e outras condutas inadequadas no ambiente de trabalho e junto aos públicos com os quais nos relacionamos.

<p>01</p> <hr/> <p>Reduzir as emissões de GEE;</p>	<p>02</p> <hr/> <p>Reduzir a geração de resíduos;</p>	<p>03</p> <hr/> <p>Diminuir o impacto do risco da escassez hídrica;</p>	<p>04</p> <hr/> <p>Adotar inovação para processos, produtos e lojas sustentáveis;</p>
<p>05</p> <hr/> <p>Impactar a comunidade local;</p>	<p>06</p> <hr/> <p>Desenvolver uma cadeia de fornecimento responsável;</p>	<p>07</p> <hr/> <p>Aumentar a diversidade e promover maior inclusão em nossas operações;</p>	<p>08</p> <hr/> <p>Transformar através da educação e empreendedorismo.</p>



Acervo de fotos Cacau Show.

© A Cacau Show



A Cacau Show

CRI 2-1 | 2-2 | 2-6 | 201-1 | 202-1

Somos a maior rede de chocolates finos do mundo e a maior franqueadora do Brasil, com presença em todo o território nacional por meio de nossas lojas. Fundada em 1988, na cidade de Itapevi, São Paulo, a empresa completou, em 2025, 37 anos de uma trajetória marcada pelo empreendedorismo e pela paixão pelo chocolate. Orgulhosamente, somos uma sociedade empresária limitada, com capital 100% nacional.

Com um propósito guiado pela inovação, buscamos oferecer a mais ampla e diversificada linha de produtos, criando experiências únicas que adoçam e encantam os consumidores em diferentes momentos. Nossa atuação vai além dos chocolates e se estende a outras frentes de negócio, como varejo, hotéis e entretenimento, incluindo a entrada no universo da diversão por meio dos parques do Grupo Playcenter e Cacau Park.

Nossos produtos e serviços são reconhecidos pela qualidade, pelo sabor e pelas experiências de lazer e diversão que proporcionam. Mantemos uma infraestrutura sólida e integrada, composta por indústrias, franqueadoras, hotéis, lojas próprias, centros de distribuição, o Instituto Cacau Show (ICS) e uma fazenda, assegurando capilaridade, eficiência operacional e excelência em todas as áreas de atuação.

Presença Territorial

A localização de nossas operações, incluindo todos os nossos negócios, está distribuída da seguinte forma:

Presença Territorial

- 1. Escritório Corporativo**
Complexo Intensidade - Itapevi/São Paulo.
- 2. Complexo Industrial**
Chocolates e Gelatos - Itapevi/São Paulo.
- 3. Complexo Industrial**
Massas de Chocolates, Panetones e Biscoiteria Linhares/Espírito Santo.
- 4. Fábrica de Chocolates Artesanais**
Campos do Jordão/São Paulo.
- 5. Brigaderia**
São Paulo.
- 6. Fazenda Dedo de Deus**
Linhares/Espírito Santo.
- 7. Hotéis Bendito Cacao Resort & Spa e Bendito Cacao Family Resort**
Campos do Jordão/São Paulo.
Águas de Lindóia/São Paulo.
- 8. Grupo Playcenter**
ABC Paulista, Lapa e demais localidades da cidade e Região Metropolitana de São Paulo.
Salvador/Bahia.
- 9. Cacau Park**
Itu/São Paulo.



Operações

Cacau Show

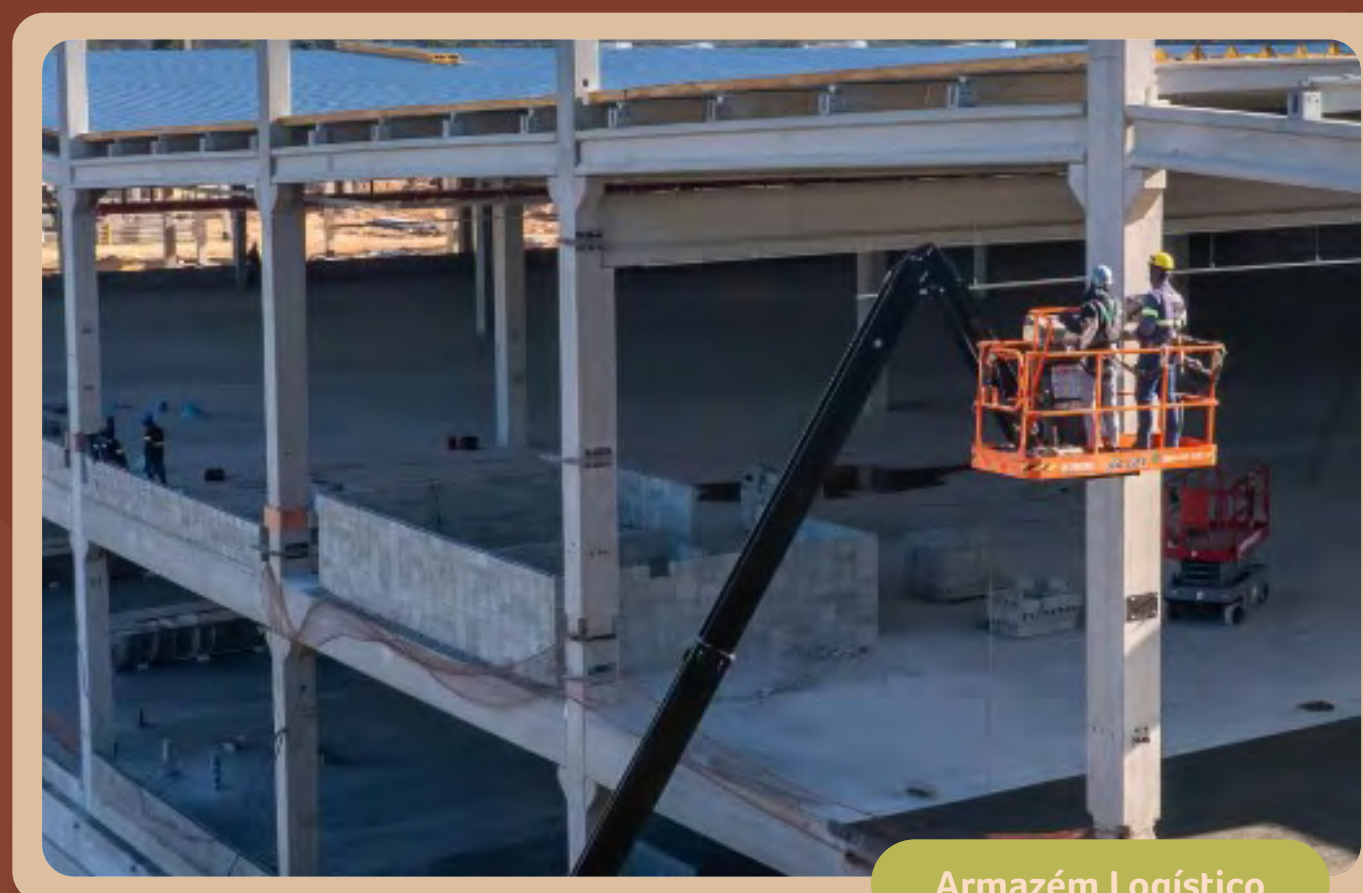
CRI 2-1 | 2-2 | 2-6 | 201-1 | 202-1

Somos uma marca que ultrapassa o universo do chocolate, combinando sabor e experiências que marcam momentos. Conheça, de forma resumida, nossas principais operações e áreas de atuação.



Complexo Intensidade

Complexo Intensidade: nosso centro pulsante, onde está localizada a sede administrativa da Cacau Show. Trata-se de um espaço colaborativo, com arquitetura singular, no qual ideias, conexões e estratégias ganham forma. O complexo abriga ainda a nossa loja Hiper Store, a maior loja da marca, que oferece uma experiência imersiva ao público, com cafeteria, parque de diversões e um portfólio exclusivo de produtos. Conta também com a nossa pequena fábrica da linha Bendito Cacao, permitindo que os visitantes acompanhem simultaneamente a operação produtiva enquanto exploram a loja.



Armazém Logístico

Armazém Logístico: estrutura responsável pelo armazenamento e distribuição dos produtos da Cacau Show. Atualmente, nossas operações logísticas estão distribuídas entre as plantas industriais de Itapevi e Linhares, além de um espaço dedicado no Complexo Intensidade, que hoje atua como o principal ponto de centralização das entradas e saídas de produtos, concentrando as atividades de distribuição até a inauguração do novo Centro de Distribuição. Com a implantação do Centro de Distribuição Logístico, prevista para 2026, a maior parte dos produtos será centralizada nessa nova estrutura, ampliando a eficiência operacional e garantindo maior agilidade na entrega para todo o território nacional.



Complexo Itapevi

Complexo Industrial - Itapevi: localizado a poucos metros do Complexo Intensidade, o Complexo Industrial de Itapevi abriga nossa principal unidade fabril e a matriz da Cacau Show. É nesse espaço que são produzidos os chocolates e gelatos da marca, incluindo trufas, tabletes, drageados, ovos de Páscoa, a linha artesanal da Brigaderia, além de ter um espaço dedicado à produção de gelatos, assegurando qualidade e padronização em nosso portfólio de produtos.

Operações Cacau Show

GRI 2-1 | 2-2 | 2-6 | 201-1 | 202-1



Complexo Linhares

Complexo Industrial - Linhares: uma das unidades fabris da Cacau Show, responsável pela produção de massa de chocolate, trufas, tabletes e biscoitos. Essa unidade desempenha um papel estratégico em nosso portfólio e, em 2025, passou a ter uma linha completa para a produção de panetones, consolidando a diversificação e o fortalecimento de nossa oferta de produtos.



Fábrica Artesanal

Fábrica de Chocolates Artesanais - Campos do Jordão: unidade especializada na produção de chocolates artesanais, onde são desenvolvidos produtos exclusivos e personalizados. O espaço conta ainda com uma Mega Store, que proporciona aos visitantes uma experiência diferenciada, com acesso a produtos customizados e lançamentos exclusivos da marca.



Fazenda Dedo de Deus

Fazenda Dedo de Deus: contamos com uma fazenda de cultivo de cacau de alta qualidade. Atualmente, a fazenda possui uma área de 60 hectares voltada à promoção da sustentabilidade e da inovação em produtos premium. A fazenda é reconhecida pela produção de cacau trinitário, que, após as etapas de colheita, fermentação e secagem, é transformado em chocolates intensos da linha Bendito Cacau, integrante do nosso modelo *Tree-to-Store*.

Acervo de fotos Cacau Show.

Operações Cacau Show

CR1 2-1 | 2-2 | 2-6 | 201-1 | 202-1

Nas próximas páginas, apresentamos as principais iniciativas e os destaques das nossas operações e áreas de atuação ao longo de 2025.



Hotéis Bendito Cacao

Hotéis Bendito Cacao: são dois hotéis inspirados no universo do chocolate e nas experiências sensoriais proporcionadas pelo cacau, localizados em Campos do Jordão e Águas de Lindóia. Os empreendimentos oferecem uma experiência imersiva e diferenciada, conectando hospitalidade, gastronomia e o propósito da marca.



Grupo Playcenter

Grupo Playcenter: grupo brasileiro especializado em entretenimento e na operação de parques de diversão *indoor*, responsável pelas marcas Playcenter Family e Playland, com foco em experiências de lazer voltadas a diferentes públicos e faixas etárias. Em 2024, a Cacau Show iniciou sua inserção no universo dos parques de diversão por meio da aquisição do Grupo Playcenter, ampliando sua atuação no segmento de entretenimento e fortalecendo seu posicionamento como uma marca de experiências que vão além do chocolate.



Cacau Park

Cacau Park: projeto concebido a partir de um sonho que se transformou em realidade. Em 2024, iniciamos a concretização desse projeto com o anúncio oficial do Cacau Park, realizado no Palácio dos Bandeirantes, marcando o lançamento de um empreendimento grandioso, que será o maior parque temático da América Latina. Em 2025, tiveram início as obras, que já apresentam avanços significativos. A inauguração do parque está prevista para o final do ano de 2027.

Acervo de fotos Cacau Show.



Complexo Industrial Itapevi

CRI 2-6

Em 2025, o Complexo Industrial de Itapevi enfrentou um importante desafio estratégico: **a preparação e certificação da unidade na FSSC 22000 V6**, um dos principais esquemas internacionais de gestão da qualidade e segurança de alimentos, reconhecido pela Global Food Safety Initiative (GFSI). A certificação tem como objetivo assegurar que os alimentos sejam produzidos de forma segura, controlada e alinhada às melhores práticas globais, ao longo de toda a cadeia produtiva.

A jornada rumo à certificação teve início em novembro de 2024, com a estruturação de um plano de trabalho robusto e a realização de uma **auditoria diagnóstica**, cujo propósito foi identificar os principais *gaps* em relação aos requisitos da norma, além de orientar prioridades, cronograma e alocação de recursos ao longo do processo.

O trabalho contou com a participação ativa e integrada das áreas de **Qualidade, Produção, Manutenção, P&D, Logística, Manutenção Predial, Facilities, RH, Melhoria Contínua, Engenharia de Processo, Engenharia de Projetos Industriais, PCP, SMA e demais áreas de apoio**. As atividades envolveram revisões documentais, adequações de processos e de infraestrutura, treinamentos das equipes, fortalecimento dos controles operacionais e a realização de auditorias internas.

Ao longo desse período, tivemos o suporte de uma **consultoria externa especializada**, que auxiliou na correta interpretação e implementação dos requisitos da FSSC 22000 V6. Foram realizadas visitas técnicas e auditorias de acompanhamento, simulando o formato da auditoria oficial, o que contribuiu significativamente para a preparação das equipes operacionais, promovendo segurança, clareza nas respostas e evidências práticas da execução dos processos.

Entre as **principais melhorias implementadas**, destacam-se:

- Fortalecimento dos controles de segurança de alimentos;
- Padronização de procedimentos operacionais;
- Aprimoramento da gestão de riscos;
- Aumento da rastreabilidade;
- Reforço das Boas Práticas de Fabricação (BPF), entre outros.

Essas ações foram determinantes tanto para o atendimento aos requisitos da certificação quanto para o **amadurecimento do Sistema de Gestão da Qualidade e Segurança de Alimentos**. Como resultado, os processos passaram a ser amplamente documentados, compreendidos e efetivamente aplicados no dia a dia, garantindo a produção de alimentos seguros e de alta qualidade.

Os **principais desafios** estiveram relacionados à consolidação da Cultura de Segurança de Alimentos, à adequação de processos já existentes e à integração das diferentes áreas ao sistema de gestão, exigindo elevado nível de engajamento das equipes e disciplina operacional. Apesar do período intenso de trabalho, os ganhos em robustez de processos, governança e maturidade organizacional foram significativos.

O processo de certificação foi conduzido pela DNV, certificadora internacionalmente reconhecida, com ampla experiência em esquemas como FSSC 22000, ISO 22000, BRCGS e IFS. A auditoria inicial (Fase 1) ocorreu em 30 de outubro de 2025, com aprovação para avanço no processo. Já a auditoria de certificação foi realizada entre 1º e 5 de dezembro de 2025, contando com dois auditores que avaliaram a conformidade, consistência e aplicação prática dos processos. Ao final, a **Cacau Show – unidade de Itapevi - SP recebeu a recomendação para a certificação FSSC 22000 V6**, refletindo a solidez do Sistema de Gestão da Qualidade e Segurança de Alimentos implementado. Esse resultado evidencia o compromisso da companhia com a produção de alimentos seguros, o atendimento aos mais elevados padrões internacionais e a consolidação de uma cultura organizacional orientada à excelência operacional, à gestão de riscos e à melhoria contínua.





Complexo Industrial Linhares

CRI 2-6

O ano de 2025 ficará marcado na nossa história como um período de muito aprendizado, superação e conquistas. A unidade industrial de Linhares passou por um importante processo de fortalecimento operacional, marcado pela retomada plena das atividades após o incêndio, investimentos estratégicos em maquinário e pela internalização de processos produtivos relevantes para o negócio da Cacau Show.

Um dos principais destaques do ano foi a **primeira campanha interna de panetones realizada integralmente na fábrica de Linhares**, consolidando um novo patamar de capacidade produtiva e autonomia industrial. A campanha teve início com a preparação técnica e operacional ainda no primeiro semestre, envolvendo planejamento detalhado, revisão de processos, capacitação de equipes e adequação de infraestrutura, culminando no início da produção em julho de 2025 e no encerramento em novembro do mesmo ano.

A operação foi precedida por um robusto programa de capacitação, denominado **“Universidade do Panetone”**, que envolveu treinamentos técnicos, testes industriais e desenvolvimento de produto em escala piloto, preparando equipes operacionais e lideranças para a produção em escala industrial. Esse processo foi realizado com apoio de consultoria externa especializada e das áreas internas de Qualidade, Desenvolvimento e Operações.

Como resultado, a unidade alcançou um volume expressivo de produção já no primeiro ano, **totalizando aproximadamente 8,3 milhões de panetones produzidos**, com recorde diário de até **122 mil unidades**, envolvendo cerca de **540 colaboradores ao longo da campanha**, entre equipes diretas e temporárias. A fábrica de Linhares foi responsável por aproximadamente **80% da produção total de panetones da Cacau Show em 2025**, contemplando diferentes linhas de produtos, como panetones tradicionais, panetones de chocolate, versões recheadas e semiacabadas. Outro avanço relevante foi a

adoção integral de fermentação natural, sem o uso de fermentos biológicos ou aditivos, representando um marco técnico e qualitativo para a companhia. O produto obteve aprovação sensorial e técnica da liderança executiva, consolidando o sucesso do processo de desenvolvimento e industrialização.

No campo logístico, a campanha também trouxe ganhos de eficiência com a ampliação da estratégia de faturamento e distribuição direta a partir de Linhares, especialmente para as regiões Nordeste e Rio de Janeiro, reduzindo fluxos logísticos desnecessários e otimizando a cadeia de abastecimento.

Além da campanha de panetones, a unidade de Linhares seguiu evoluindo em outras frentes produtivas. Em 2025, foi realizado um **investimento que dobrou a capacidade produtiva da linha de wafers**, por meio da aquisição e instalação de um novo equipamento, reforçando a diversificação e o aproveitamento da estrutura industrial existente. As operações regulares de chocolate e da linha Biscoiteria também foram mantidas, garantindo continuidade produtiva ao longo do ano.

Por fim, destaca-se que a fábrica de Linhares abriga a biorrefinaria da companhia, onde ocorre o processamento mecanizado das amêndoas de cacau, etapa fundamental da cadeia produtiva que antecede a transformação em chocolate realizada em outra unidade industrial. Essa estrutura reforça a verticalização, rastreabilidade e eficiência dos processos industriais da Cacau Show.



Acervo de fotos Cacau Show.



Novo Centro de Distribuição

O **novo Centro de Distribuição (CD) da Cacau Show** avançou de forma significativa ao longo de 2025, com a continuidade das obras de um projeto estratégico para o fortalecimento da logística e da eficiência operacional da companhia. O empreendimento manteve suas premissas estruturais originais e incorporou aprendizados relevantes decorrentes dos desafios identificados durante a execução.

A estrutura principal do galpão seguiu conforme o projeto originalmente concebido, incluindo soluções pensadas desde a fase de concepção para promover maior eficiência e sustentabilidade. Ao longo do período, a obra passou por ajustes no cronograma em função de desafios técnicos observados em campo. Entre os principais fatores estiveram a presença significativa de rochas no terreno, que demandou um processo mais complexo e prolongado de desmonte, e a necessidade de revisão do método de fundação, após a identificação de condições geotécnicas diferentes daquelas inicialmente mapeadas nas sondagens preliminares. Esses fatores impactaram diretamente o prazo de conclusão da obra, levando à reavaliação do cronograma.

Diante desse cenário, a previsão de **inauguração do Centro de Distribuição foi reprogramada para junho de 2026**, reforçando o compromisso da companhia com a segurança, a qualidade técnica e a execução responsável do projeto.

Em relação ao projeto do estacionamento, mencionado no relatório anterior, a iniciativa segue em fase de estudos e validações, com novas alternativas em avaliação. O tema permanece em desenvolvimento, assegurando alinhamento com as diretrizes técnicas, operacionais e ambientais da companhia.

Um destaque relevante do período foi a **incorporação de medidas voltadas à preservação da fauna local**, evidenciando o cuidado da Cacau Show com o ecossistema no entorno da obra. Como parte dessas iniciativas, foram previstos **corredores ecológicos (travessias de fauna)**, com o objetivo de **minimizar impactos**

ambientais, reduzir riscos de atropelamento de animais e manter a conectividade entre habitats naturais. Está concluída uma **travessia subterrânea**, com dimensões aproximadas de 1,00 m x 1,00 m, e encontra-se em fase de validação de projeto uma **travessia aérea**, que complementará as ações de proteção à fauna durante e após a implantação do empreendimento.

A condução do projeto reforça o compromisso da Cacau Show com uma gestão responsável de grandes obras, conciliando desenvolvimento, segurança, planejamento técnico e cuidado ambiental. O novo Centro de Distribuição segue como um investimento estratégico para o crescimento sustentável da companhia, incorporando aprendizados que fortalecem a governança e a qualidade das decisões ao longo do processo.



Acervo de fotos Cacau Show.



Projetos de Melhoria Contínua e Engenharia de Processos

Logística

• Planejamento Logístico – Campanha de Páscoa 2025

Na Campanha de Páscoa, a área de Logística implementou o **Plano de Operação de Páscoa**, um plano de contingência para a alocação dos ovos em cenários de imprevistos, assegurando o abastecimento integral da rede com todo o volume produzido.

Foi realizado um amplo trabalho de cubagem e reaproveitamento de espaços, com análises detalhadas de pisos, formatos de caixas e SKUs, o que resultou em **ganhos significativos de eficiência volumétrica** em comparação à campanha de 2024. A operação passou a utilizar áreas anteriormente não exploradas para a montagem de blocados (pirâmides de produtos), otimizando a armazenagem e o fluxo operacional.

A desmontagem dos blocados e o carregamento das primeiras carretas da Páscoa tiveram início em 10 de dezembro de 2024. As entregas à rede, incluindo lojas próprias e franqueadas, foram programadas a partir de 26 de dezembro, respeitando o escoamento dos estoques de Natal e considerando a complexidade logística de regiões mais distantes, como a Região Norte do Brasil. Como resultado, a operação transcorreu conforme o planejado, garantindo a entrega da **maior e mais bem-sucedida campanha de Páscoa da Cacau Show, realizada em tempo recorde**.

• Estrutura Física e Novo Centro de Distribuição

Com foco no crescimento da companhia, alinhada ao **plano estratégico Cacau Show 2030**, e com o objetivo de posicionar o Novo Centro de Distribuição como uma referência em tecnologia logística, a área de Logística iniciou ações para reduzir gradualmente a dependência do Centro de Distribuição atual nas futuras campanhas. Nesse contexto, foram conduzidos estudos técnicos, operacionais e financeiros para avaliar novos formatos de armazenagem interna e soluções tecnológicas, incluindo **sistemas de gestão e sorters**, com foco no aumento da eficiência operacional, no fortalecimento do controle dos processos e na escalabilidade das operações.

Após análises detalhadas, bem como reuniões e alinhamentos com diferentes fornecedores, foi definido o modelo mais eficiente do ponto de vista funcional e operacional. A solução selecionada apresenta retorno sobre o investimento estimado em quatro anos, com impacto direto na redução de custos com mão de obra, no aumento da produtividade e na ampliação da capacidade de processamento de grandes volumes operacionais, concentrados em apenas dois turnos. O equipamento garantirá suporte sustentável às operações do novo CD nos próximos anos, elevando o nível de automação e eficiência dos processos logísticos.

Em paralelo aos avanços tecnológicos, foi implementada uma nova estrutura de liderança nos pisos logísticos, com foco em garantir maior giro de estoque, fortalecer a organização operacional e assegurar maior fluidez nas atividades. A iniciativa envolveu promoções internas, readequações de funções e desligamentos, promovendo maior clareza de papéis, agilidade na tomada de decisão

e fortalecimento da governança operacional. A nova estrutura contribuiu para ganhos concretos de eficiência, melhoria na organização dos processos e maior estabilidade nas operações, demonstrando resultados positivos já nas primeiras campanhas conduzidas sob o novo modelo, com ganhos expressivos na acuracidade de estoque, capacidade operacional (volumes separados, conferidos e expedidos) e melhor atendimento ao SLA (Service Level Agreement) dos últimos cinco anos.

• Torre de Controle e Tecnologia Logística

Para ampliar o nível de controle, transparência e eficiência das operações, foi implantada a **Torre de Controle Logística**, que passou a permitir o acompanhamento *on-line* e integrado das campanhas. A ferramenta possibilita o monitoramento contínuo de indicadores, como o percentual de entregas realizadas, carretas pendentes e *status* por cliente, além de integrar todas as etapas do processo logístico, desde a coleta, janelas de chegada, separação e expedição. Como complemento, foi adotado um **software de rastreamento**, que permite aos franqueados e áreas internas acompanhar, em tempo real, o *status* dos pedidos, ampliando a visibilidade da cadeia logística e a previsibilidade das entregas. Também foi implementado um **aplicativo para comprovação de entrega**, com registro fotográfico e canhoto digital, reduzindo significativamente processos manuais na auditoria de frete.

Embora cerca de 40% das entregas ainda demandem conferência manual, os avanços tecnológicos já representam **ganhos relevantes em eficiência operacional, rastreabilidade e confiabilidade das informações**, contribuindo diretamente para a melhoria do nível de serviço, a redução de riscos operacionais e o fortalecimento da governança logística da Cacau Show.

Projetos de Melhoria Contínua e Engenharia de Processos

• Diversidade e Engajamento na Logística

Além dos avanços em operação, processos e automação de sistemas na área logística, a promoção da diversidade também se manteve como uma prioridade para a Cacau Show. Nesse contexto, a operação registrou um aumento expressivo da **participação feminina**, alcançando níveis próximos ou superiores a **50% do quadro** em determinadas áreas. O período também foi marcado por histórias de crescimento interno, com colaboradoras migrando de funções operacionais para posições administrativas, reforçando as oportunidades de desenvolvimento e mobilidade na companhia. Além disso, foram implantadas práticas de engajamento inspiradas no ambiente fabril, como reuniões mensais de resultados e metas operacionais, fortalecendo o alinhamento das equipes, a cultura de desempenho e o senso de pertencimento. Essas iniciativas contribuíram para um ambiente de trabalho mais inclusivo, colaborativo e orientado a resultados.

• Programa de Excelência do Transportador (PET)

Em linha com a busca contínua por eficiência e qualidade nas operações logísticas, em 2025 foi desenhado o **Programa de Excelência do Transportador (PET)**, contemplando a avaliação de 100% das transportadoras parceiras. O programa considera critérios como documentação, pontualidade, condições dos veículos, qualidade do serviço, seguros e requisitos de *compliance*, promovendo maior padronização, segurança e confiabilidade nas operações.

A iniciativa contribui para o fortalecimento da gestão da cadeia logística, o aumento do nível de serviço e a mitigação de riscos operacionais, além de incentivar a melhoria contínua e o alinhamento das transportadoras aos padrões de qualidade e governança da Cacau Show.





Projetos de Melhoria Contínua e Engenharia de Processos

Indústria

• Visão Estratégica Industrial 2030

Alinhados ao **plano estratégico Cacau Show 2030** e à evolução das operações industriais, os anos de 2024 e 2025 foram dedicados à preparação para o crescimento previsto até o fim da década, por meio de investimentos estruturantes em capacidade produtiva e logística. Entre os principais destaques está a instalação de novas linhas industriais, como a linha da fabricante dinamarquesa AASTED 2, na unidade de Linhares, com capacidade superior às linhas atuais de produção de ovos de Páscoa e trufas, ampliando a eficiência e a escala produtiva.

Também foi iniciada a expansão industrial vinculada ao Cacau Park, com previsão de operação a partir de 2027, de sete indústrias integradas às atrações do empreendimento, além de outros investimentos estratégicos alinhados ao plano de crescimento da companhia e à preparação das operações para os próximos ciclos de expansão.

• Capacidade Produtiva – Natal 2026 (Itapevi e Linhares)

Na unidade de Linhares, foram abertas para a campanha de Natal novas turmas produtivas, com previsão de contratação de novos colaboradores, ampliando a capacidade de produção e reforçando o compromisso com o desenvolvimento regional.

O planejamento antecipado das **duas principais campanhas da Cacau Show (Páscoa e Natal)** permite maior previsibilidade, melhor aproveitamento dos recursos e preparação adequada das equipes e estruturas produtivas, **contribuindo para uma entrega eficiente e alinhada ao crescimento da empresa.**



Acervo de Fotos Cacau Show



Projetos de Melhoria Contínua e Engenharia de Processos

Outros Projetos Estratégicos

• Projeto Conecta

Em 2025, foi desenvolvido o **Projeto Conecta**, voltado à otimização e automação de processos administrativos internos, com foco no aumento da eficiência operacional e no suporte ao crescimento da companhia. A iniciativa tem como objetivo integrar áreas, reduzir atividades manuais e promover maior agilidade, padronização e controle dos processos.

Ao longo do projeto, foram mapeados **1.678 processos em 52 departamentos**, com a identificação de **368 oportunidades de melhorias**, evidenciando o compromisso da Cacau Show com a busca contínua por eficiência operacional, aprimoramento da gestão e alinhamento dos processos internos aos objetivos estratégicos da empresa.

• Projeto Conexão

Além das demais iniciativas, também foi desenvolvido o Projeto Conexão, voltado ao fortalecimento do relacionamento com os franqueados, colocando-os no centro do negócio e promovendo maior integração, alinhamento estratégico e eficiência na operação da rede. A iniciativa, ainda em andamento, busca aprimorar processos, comunicação e suporte, contribuindo para a evolução contínua do modelo de franquias. Além disso, o projeto tem como foco a melhoria contínua, o desenvolvimento e a maior profissionalização da rede de franqueados, fortalecendo a gestão e elevando o nível de maturidade do negócio. No longo prazo, a expectativa é garantir a sustentação da rede, o desenvolvimento contínuo dos franqueados e uma gestão cada vez mais qualificada.



Acervo de fotos Cacau Show.



Fazenda Dedo de Deus

CRI 2-6

A **Fazenda Dedo de Deus**, localizada em Linhares (ES), representa o compromisso da companhia com a produção de cacau de forma sustentável, eficiente e alinhada às melhores práticas agronômicas. Desde a primeira colheita, em 2020, o projeto vem sendo ampliado com foco em produtividade, qualidade das amêndoas e gestão responsável dos recursos naturais.

Atualmente, a fazenda conta com **47 mil pés de cacau plantados e produtivos, com a aquisição de 3.500 novas mudas** prevista para o próximo ciclo agrícola, **em 2026**. Esse avanço é resultado de um manejo técnico estruturado, baseado em monitoramento constante e práticas adequadas de fertilização e irrigação.

Com a evolução das técnicas de cultivo, a fazenda alcançou um aumento de **aproximadamente 25% na produtividade média por planta**, passando de cerca de **1,4 quilos para 1,8 quilos de amêndoas por pé**, com produção de **aproximadamente 85 toneladas em 2025**. O início da frutificação ocorre, em média, entre três e quatro anos, período reduzido quando comparado a sistemas sem manejo intensivo, graças à adoção de irrigação e adubação controladas.

Esse desempenho **posiciona a fazenda acima da média nacional de produtividade**, ainda limitada em muitos sistemas tradicionais por fatores como manejo inadequado, idade avançada dos cacauzeiros e baixa adoção tecnológica. O resultado torna-se ainda mais relevante considerando a área relativamente compacta da propriedade em comparação a outras regiões produtoras.

Manejo agrônômico e uso responsável de recursos

A produtividade da fazenda está diretamente relacionada à aplicação de práticas agronômicas estruturadas, com **destaque para a poda no tempo correto**, considerada um fator crucial para o equilíbrio da planta e o aumento da produção.

Entre as principais práticas adotadas, destacam-se:

- **Poda técnica e periódica**, realizada no momento adequado para garantir o desenvolvimento saudável das plantas;
- **Supervisão agrônômica contínua**, com acompanhamento das condições de cultivo;
- **Adubação e fertilização** baseadas em análise de solo e estágio fisiológico das plantas;
- **Manutenção e conservação do solo**, favorecendo a retenção de nutrientes e a produtividade;
- **Sistema de irrigação** abastecido por poços e lagoa, garantindo o fornecimento de água de forma controlada.

O processo de adubação é realizado conforme o estágio fisiológico da planta e sua necessidade nutricional. As doses são calculadas com base na extração de nutrientes e nos teores identificados no solo, sendo aplicadas por fertirrigação e aplicação direta no solo, assegurando nutrição equilibrada e eficiência no uso de insumos.

Processamento e tecnologia

A fazenda vem avançando na automação do processamento das amêndoas, com mecanização das etapas de pós-colheita. Esse processo contribui para:

- Padronização da qualidade das amêndoas;
- Redução de perdas ao longo do processamento;
- Maior eficiência operacional e rastreabilidade.

Atualmente, o cacau da Fazenda Dedo de Deus é utilizado na produção de itens da linha de chocolates **Bendito Cacao**, dentro do **conceito Tree-to-Store**, que integra o cultivo ao produto. Entre os produtos estão os Tabletes Bendito Cacao 67% e Dark Milk 55%.

Os produtos da linha já conquistaram certificações e selos de origem, incluindo:

- **Selo Fazenda Dedo de Deus**, que identifica o cacau proveniente da propriedade;
- **Selos de Produto Impactante, como Kosher e Vegano**, reforçando o compromisso socioambiental do cultivo.

Mais detalhes sobre a linha Bendito Cacao estão apresentados no capítulo Produtos de Impacto.

Pessoas e desenvolvimento local

A operação da fazenda também gera impactos positivos na comunidade local. Atualmente, a unidade conta com 16 colaboradores fixos, com estrutura de alojamento e logística adaptada à realidade rural.

A fazenda investe em capacitação e desenvolvimento, por meio de treinamentos técnicos e programas internos voltados à segurança, qualificação profissional e boas práticas agrícolas.

Projetos futuros e governança

Como parte da estratégia de autossuficiência e diversificação de portfólio, a companhia avalia, no longo prazo, a aquisição de novas áreas agrícolas, com meta de ampliação de hectares cultivados.

Entre os projetos estratégicos estão:

- Expansão da produção própria de cacau;
- Fornecimento para produtos sazonais, como a Colomba Pascal, entre outros.

Também estão previstos investimentos contínuos em maquinário e manutenção, reforçando a eficiência operacional e a qualidade do processamento.

Com cuidado,
carinho e muito estudo,
a **Fazenda Dedo de Deus**
se tornou referência em
cacau de alta qualidade.

Acervo de fotos Cacau Show.

Brigaderia

CRI 2-6

Fundada em 2011, a **Brigaderia** consolidou-se como referência no segmento de doces finos, preservando o sabor e a tradição do brigadeiro brasileiro por meio de uma **produção artesanal, focada em frescor, qualidade e cuidado em cada etapa do processo**. Adquirida pela Cacau Show em 2013, a marca passou a integrar um ecossistema mais amplo, mantendo seu posicionamento sofisticado e sua identidade própria, ao mesmo tempo em que evolui em termos de estrutura, governança e planejamento operacional.

Atualmente, a Brigaderia conta com **oito pontos de venda** no estado de São Paulo, sendo **seis lojas próprias e dois quiosques**, todos localizados em *shopping centers*. A operação concentra-se exclusivamente nesse mercado, sem presença em outros estados, reflexo das características do portfólio, que inclui produtos com perfil artesanal e validade curta, o que impõe desafios logísticos e limita a expansão geográfica.

Nos últimos anos, a marca avançou de forma significativa na organização de seus processos produtivos. Em 2025, houve uma **evolução relevante na área de Planejamento e Controle da Produção (PCP)**, com a implementação de cronogramas estruturados, maior previsibilidade operacional e melhoria no controle de estoques. Essa mudança representou um avanço importante em relação a períodos anteriores, nos quais a produção ocorria de forma mais reativa, **contribuindo para ganhos de eficiência, redução de riscos operacionais e melhor atendimento às lojas**.

Com foco no futuro, a Brigaderia **passará por uma mudança estrutural estratégica a partir de 2026**, trazendo novidades importantes para o próximo ciclo. No campo comercial, a marca identifica oportunidades relevantes de crescimento em canais alternativos às lojas físicas, especialmente em eventos corporativos e parcerias com empresas. Já há histórico de demandas sazonais expressivas, como fornecimentos em datas comemorativas para grandes organizações, e a ampliação desse modelo está entre as prioridades estratégicas.

A Brigaderia segue comprometida em equilibrar tradição e modernidade, mantendo sua essência artesanal enquanto avança em eficiência operacional, governança e estratégia de crescimento sustentável.



Acervo de fotos Cacau Show.

Experiência, sabor e muito encanto: a Brigaderia é uma operação de grande sucesso.



Acervo de fotos Cacau Show.



Bendito Cacao Resort & Spa Campos do Jordão

CRI 2-6

O **Bendito Cacao Resort & Spa** consolida a presença da Cacau Show no setor de hospitalidade ao unir experiências de bem-estar, gastronomia, lazer e conexão com a natureza, em um dos destinos turísticos mais emblemáticos da Serra da Mantiqueira. Inaugurado em 2022, o empreendimento avançou em 2025 na consolidação de sua operação, **fortalecendo sua proposta de valor e ampliando iniciativas alinhadas à agenda ESG**, com foco em sustentabilidade ambiental, impacto social positivo e excelência na experiência do hóspede.

Ao longo do ano, o resort recebeu mais de **52 mil hóspedes**, evidenciando sua relevância como destino de lazer para famílias. A experiência é sustentada por uma programação diversificada que integra entretenimento, educação ambiental e contato direto com a natureza. Entre os destaques estão trilhas ecológicas na Mata Atlântica dentro do próprio hotel, atividades de jardinagem e ecologia, oficinas de *ecobags*, além de ações lúdicas, como a construção de foguetes com garrafas PET e oficinas gastronômicas sustentáveis, incluindo brigadeiro feito a partir da casca de banana.

A agenda de inclusão e diversidade também avançou de forma significativa. Em 2025, o hotel tornou-se o **primeiro de Campos do Jordão a conquistar o Selo Amigo do Autista**, reforçando o compromisso com acessibilidade, capacitação das equipes e acolhimento de famílias neurodivergentes. A certificação reflete uma atuação estruturada para oferecer ambientes mais inclusivos, seguros e preparados para atender diferentes necessidades.

No campo da sustentabilidade e da economia circular, o Empório Ben-

dito, loja que privilegia produtos locais e parcerias com pequenos produtores da Serra da Mantiqueira e de outras regiões do país, apresentou desempenho expressivo. Em 2025, o faturamento **cresceu cerca de 88%** em relação a 2024. Entre os destaques está o **Doce da Casca de Laranja**, desenvolvido a partir do reaproveitamento das cascas utilizadas na produção de sucos frescos. O produto passa por um processo artesanal, que envolve corte manual, desidratação no açúcar e finalização com chocolate Bendito Cacao, resultando em um doce equilibrado e sofisticado. Desde o início das vendas, em setembro de 2025, foram comercializadas 101 unidades com a média de venda de **20 pacotes por semana**, demonstrando a aceitação do público por iniciativas que combinam gastronomia e redução de desperdícios.

O compromisso social do Bendito Cacao Resort & Spa também se reflete nas ações de solidariedade realizadas ao longo de 2025. Foram **doados 840 itens** entre alimentos e enxoval para instituições locais, incluindo a APAE (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais), a Casa da Divina Providência, o Sanatório Nossa Senhora das Mercês e a Fundação Sanatório Santa Cruz. As doações contemplaram toalhas de corpo, rosto, piso e mão, apoios de cabeça, guardanapos e outros itens, contribuindo para o apoio a organizações que atuam na promoção do bem-estar social.

Ao integrar sustentabilidade ambiental, inclusão social, responsabilidade com a comunidade e experiências diferenciadas de lazer e gastronomia, o Bendito Cacao Resort & Spa reforça o posicionamento da Cacau Show na hospitalidade sustentável. As iniciativas desenvolvidas em 2025 demonstram que pequenas ações, quando estruturadas de forma estratégica, geram impactos relevantes e criam bases sólidas para um crescimento responsável no longo prazo.



O Bendito Cacao Resort & Spa
é mais uma prova de que a nossa
marca encanta em todos
os detalhes.

Acervo de fotos Cacau Show.

Bendito Cacao Family Resort Águas de Lindóia

GRI 2-6

O **Bendito Cacao Family Resort** representa a expansão da Cacau Show para o setor de hospitalidade, com o propósito de oferecer experiências completas de lazer, entretenimento e conexão com a marca. Inaugurado em 2024, o primeiro ano de operação foi dedicado à implantação de processos, definição de padrões operacionais, formação das equipes e posicionamento do hotel no mercado.

Em 2025, o empreendimento entrou em fase de consolidação, recebendo **mais de 133 mil hóspedes ao longo do ano**, entre adultos e crianças, com destaque para o turismo de lazer, responsável por **81% da receita total**. No período, o hotel registrou **crescimento de 188,4% na receita anual** em relação a 2024, refletindo o fortalecimento da operação e da atratividade do destino.

A experiência do hóspede é uma prioridade estratégica. A taxa média de ocupação em finais de semana e feriados atingiu **90%**, impulsionando investimentos relevantes em infraestrutura e lazer. Em 2025, foram realizados importantes aportes financeiros para a **climatização da piscina externa**, a implantação de um **novo parque aquático infantil** e a instalação de **dois toboáguas**, ampliando a capacidade, o conforto e a experiência das famílias. Já a programação de lazer contempla uma ampla variedade de atividades e espaços, como área *kids*, recreação monitorada, boliche, piscinas, spa, academia, biblioteca, quadras esportivas, trenzinho e atrações

temáticas, reforçando o posicionamento do resort como um destino completo de experiências familiares.

O hotel também avança de forma consistente na agenda de **inclusão e diversidade**. Em 2025, o Bendito Cacao Family Resort tornou-se o **primeiro hotel da rede Cacau Show a obter o Selo Amigo do Autista**, reforçando seu compromisso com a acessibilidade, a capacitação das equipes e a criação de um ambiente acolhedor para famílias neurodivergentes. Esse preparo se reflete na fidelização de hóspedes, como o caso de uma família que já retornou ao hotel **mais de 11 vezes**, motivada pela experiência positiva e pelo acolhimento oferecido ao filho autista.

No campo da alimentação, até **30% das matérias-primas** são adquiridas de **fornecedores regionais**, incluindo *hortifrúti*, laticínios e doces, contribuindo para o fortalecimento da economia local.

Para 2026, o Bendito Cacao Family Resort segue avançando na preparação para a **certificação Green Key**, com ações de adequação, melhorias operacionais e investimentos em comunicação e conscientização. A expectativa para os próximos anos é que a expansão da Cacau Show fortaleça ainda mais o posicionamento dos hotéis como destinos de experiência, ampliando a visibilidade da marca, atraindo novos públicos e contribuindo para a sustentabilidade da operação no longo prazo.



O Bendito Cacao

Family Resort é o paraíso
que tem nosso chocolate
como protagonista.



Acervo de fotos Cacau Show.



Grupo Playcenter

GRI 2-1 | 2-6 | 2-23 | 2-29

Em 2025, o **Grupo Playcenter** consolidou sua atuação como um dos principais operadores de entretenimento indoor do país, ampliando a oferta de experiências imersivas e fortalecendo a integração com o ecossistema de marcas da Cacau Show. A estratégia do negócio mantém o propósito de proporcionar momentos de diversão, emoção e convivência familiar em ambientes seguros e inovadores, preservando o legado histórico da marca e impulsionando novas frentes de crescimento.

O Grupo segue operando com dois modelos complementares de negócios em *shopping centers* e ambientes proprietários, que atendem diferentes perfis de público e formatos de experiência.

Modelos de operação

Playcenter Family

Com foco em permanência prolongada e convivência familiar, o Playcenter Family operou em duas unidades ao longo do ano. A unidade do **Grand Plaza (SP)** conta com **3.708,68 m²**, enquanto a unidade do **Aricanduva (SP)** possui **4.866,138 m²**, oferecendo atrações diversificadas, áreas temáticas e espaços dedicados a eventos e comemorações. Complementando esse portfólio, o Grupo também promove a experiência de parque na Hiper Store de Itapevi, ampliando a proposta de entretenimento integrada ao varejo e fortalecendo a jornada de visita ao espaço.

Playland

Voltado a experiências ágeis e acessíveis, o modelo Playland manteve em 2025 **seis unidades** com áreas que variam entre **673,73 m²** e **1.836,70 m²**, padrão semelhante ao reportado anteriormente. As operações oferecem aos clientes um portfólio diversificado de atrações eletrônicas, simuladores, jogos interativos e experiências de entretenimento rápido, aliado a ambientes seguros e de

fácil circulação, favorecendo momentos de lazer práticos e acessíveis para diferentes públicos.

Expansão e novos projetos

Em continuidade ao planejamento estratégico iniciado no fim de 2024, um **novo projeto de parque no Shopping Center Norte (SP)** avançou em 2025, na etapa de aprovação interna e definição conceitual. O empreendimento prevê um parque com mais de **10 mil m²**, incluindo atrações inéditas, espaços para eventos corporativos e ambientes destinados a festas de aniversário, reforçando o posicionamento do Grupo em experiências completas de entretenimento *indoor*.

Durante o período, as atividades concentraram-se na maturação do projeto, com expectativa de início das próximas etapas após a entrega do espaço pelo *shopping* e a aprovação do projeto arquitetônico. O empreendimento representa um importante vetor de crescimento e aprendizado para futuras expansões.

Em 2025, o Grupo Playcenter registrou resultados consistentes que evidenciam a consolidação de suas operações:

- 588.241 transações em caixas físicos;
- 1.764.723 visitantes estimados nas unidades;
- R\$ 105 milhões de faturamento anual.

Os indicadores demonstram a manutenção do interesse do público pelas experiências oferecidas, bem como a capacidade operacional do Grupo em atender grandes volumes de visitantes com qualidade e segurança.

Cultura, valores e experiência do visitante

A cultura do Grupo Playcenter é orientada pelo **compromisso de colocar o**

visitante no centro das experiências, proporcionando emoção, segurança e encantamento em cada interação. Sua missão reforça a busca por surpreender o público com criatividade, qualidade e cuidado, tendo o retorno do visitante como principal indicador de sucesso.

Os valores de honestidade, respeito, responsabilidade, segurança e união norteiam as relações internas e externas, sustentando um ambiente colaborativo e um atendimento acolhedor e confiável.

Para fortalecer a melhoria contínua, o Grupo mantém diálogo ativo com seus *stakeholders* por meio de pesquisas de satisfação (NPS), relacionamento com ONGs e comunidade, reuniões com parceiros comerciais, comunicação com fornecedores e pesquisas periódicas com clientes, práticas que contribuem para o aprimoramento constante das experiências oferecidas.

Estratégia e sinergias

Ao longo de 2025, o Grupo Playcenter manteve forte conexão com a estratégia de crescimento e inovação da companhia, ampliando a integração entre entretenimento, varejo e experiências de marca. Projetos como a operação na Hiper Store e o desenvolvimento do novo parque no Center Norte evidenciam o potencial de sinergias entre ambientes físicos, relacionamento com consumidores e criação de jornadas completas de visitação.

Assim, o Grupo segue combinando tradição e inovação para construir experiências memoráveis, fortalecer vínculos com diferentes gerações e contribuir para a expansão sustentável do ecossistema de entretenimento da companhia.

Diversão e experiências
estão no nosso DNA, e o
Playcenter carrega
esses valores.

Acervo de fotos Cacau Show.

Cacau Park

CRI 2-6

O **Cacau Park** é um dos projetos mais **emblemáticos da história da Cacau Show** e marca um novo capítulo na atuação da companhia nos setores de turismo e entretenimento. Localizado em Itu (SP), o empreendimento encontra-se em fase de implantação, com **previsão de abertura no final do ano de 2027**, e foi concebido para ser o maior parque temático da América Latina com fabricação de chocolate em tempo real, oferecendo uma experiência inédita no mundo.

Ao longo de 2025, o projeto apresentou avanços relevantes, alcançando cerca de 16% de evolução física das obras. O empreendimento está inserido em uma área total de aproximadamente **7 milhões de metros quadrados**, sendo que as áreas destinadas ao parque e ao estacionamento correspondem a 68,15 hectares, reforçando a dimensão do projeto e seu potencial de impacto econômico e turístico para a região.

Até o final do período, nove atrações já haviam sido instaladas, sendo uma delas a atração **Aventura Maia**, com cerca de 95% de conclusão. Também houve progresso significativo nas áreas de restaurantes, lojas e estruturas de apoio, além da finalização do estacionamento. Outro marco importante foi o **início das obras do Hotel Family**, com **previsão de mais de 700 apartamentos**. O segundo hotel temático tem início de obras previsto para 2026. A meta para o próximo ano é ter todos os prédios estruturais levantados, preparando o parque para a fase final de implantação.

Um dos **destaques de 2025** foi a **celebração do Dia Internacional da Montanha-Russa**, em 16 de agosto, marcada por um momento simbólico para o projeto: a **montagem do último trilho da Ghost Rider**, que será a **montanha-russa mais alta e mais rápida da América Latina**. O evento reuniu parceiros estratégicos, gestores do Cacau Park e da Cacau Show, além de representantes da imprensa e influenciadores, promovendo integração, transparência e engajamento com os diferentes públicos. Durante o encontro, os participantes puderam percorrer a obra e acompanhar de perto a evolução do empreendimento até o momento final

da montagem da atração.

Com 55 metros de altura e aproximadamente 1 quilômetro de percurso, a **Ghost Rider** contará com 90 peças de trilhos e dois trens, com capacidade para 16 pessoas cada, consolidando-se como uma das principais atrações do parque e um marco para o entretenimento no Brasil.

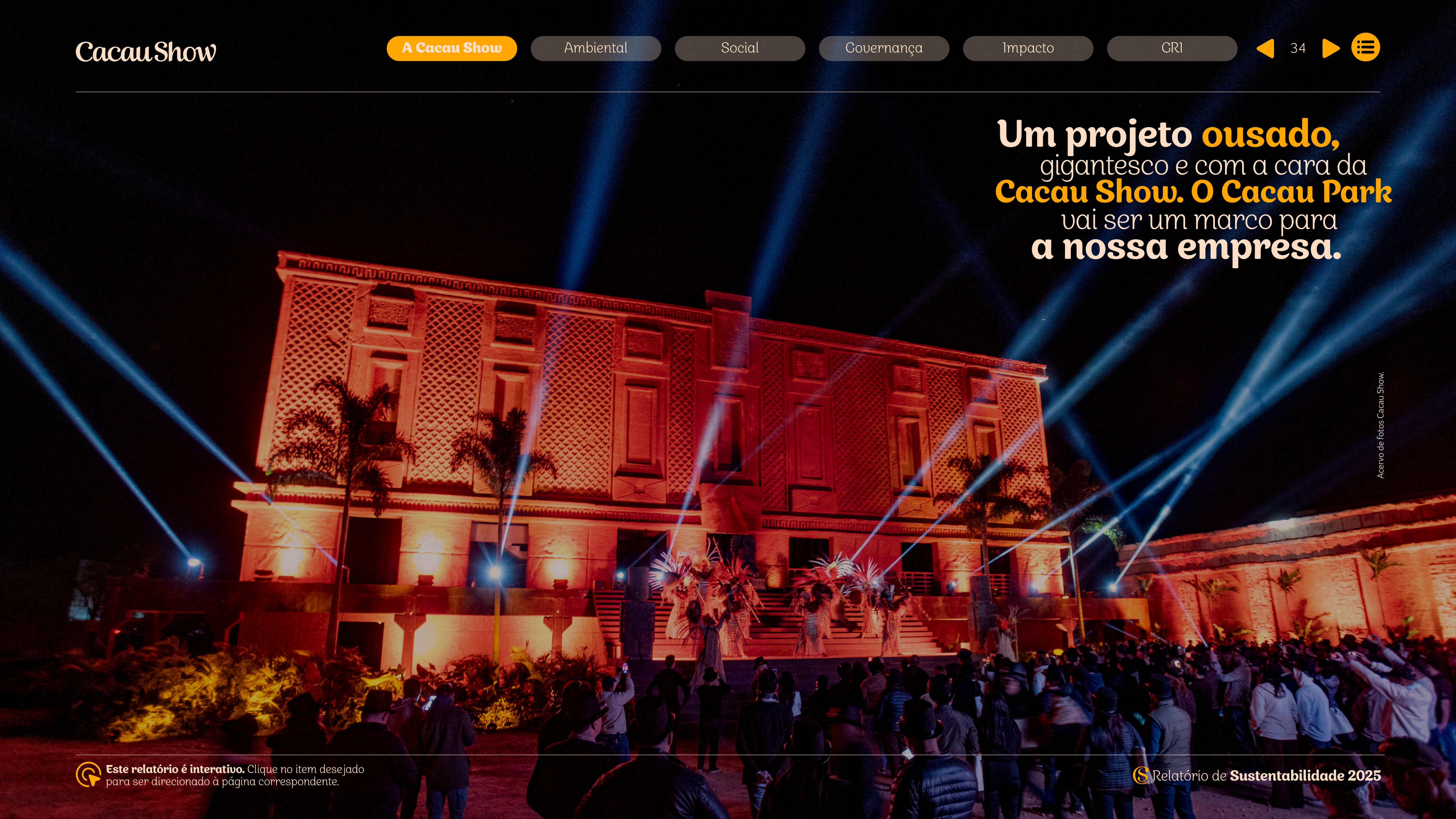
O empreendimento também contribui para a geração de emprego e renda. Em 2025, o projeto contou com cerca de **160 a 170 colaboradores próprios**, além de aproximadamente 400 profissionais atuando nas obras por meio de empresas terceiras. A adoção de sistemas construtivos pré-moldados trouxe ganhos de eficiência, ao mesmo tempo em que reduziu a geração de resíduos e a necessidade de mão de obra intensiva no canteiro.

A gestão ambiental do projeto tem sido conduzida em conformidade com os requisitos do licenciamento vigente, contemplando o atendimento às exigências legais aplicáveis à fase de construção e a interlocução contínua com os órgãos ambientais competentes. Nesse contexto, destaca-se a **estruturação de parceria com empresa especializada para a destinação e reciclagem de resíduos de obra**, iniciativa em desenvolvimento e alinhada às obrigações ambientais estabelecidas e em processo de consolidação operacional.

No campo social, o Cacau Park realizou eventos e ações de relacionamento com franqueados, colaboradores, comunidade local, imprensa e parceiros estratégicos, fortalecendo a integração com as áreas corporativas da Cacau Show.

A acessibilidade é um dos pilares do projeto. O parque foi concebido com foco em **acessibilidade universal**, contando com rampas e acessos adaptados, percentual de atrações acessíveis superior ao mínimo legal e banheiros com trocadores para adultos, voltados a pessoas com deficiência e pessoas autistas. O projeto prevê ainda a implantação de sala do silêncio e outras soluções inclusivas, reforçando o compromisso com uma experiência segura, acolhedora e acessível para todos.

Um projeto ousado,
gigantesco e com a cara da
Cacau Show. O Cacau Park
vai ser um marco para
a nossa empresa.



Acervo de fotos Cacau Show.

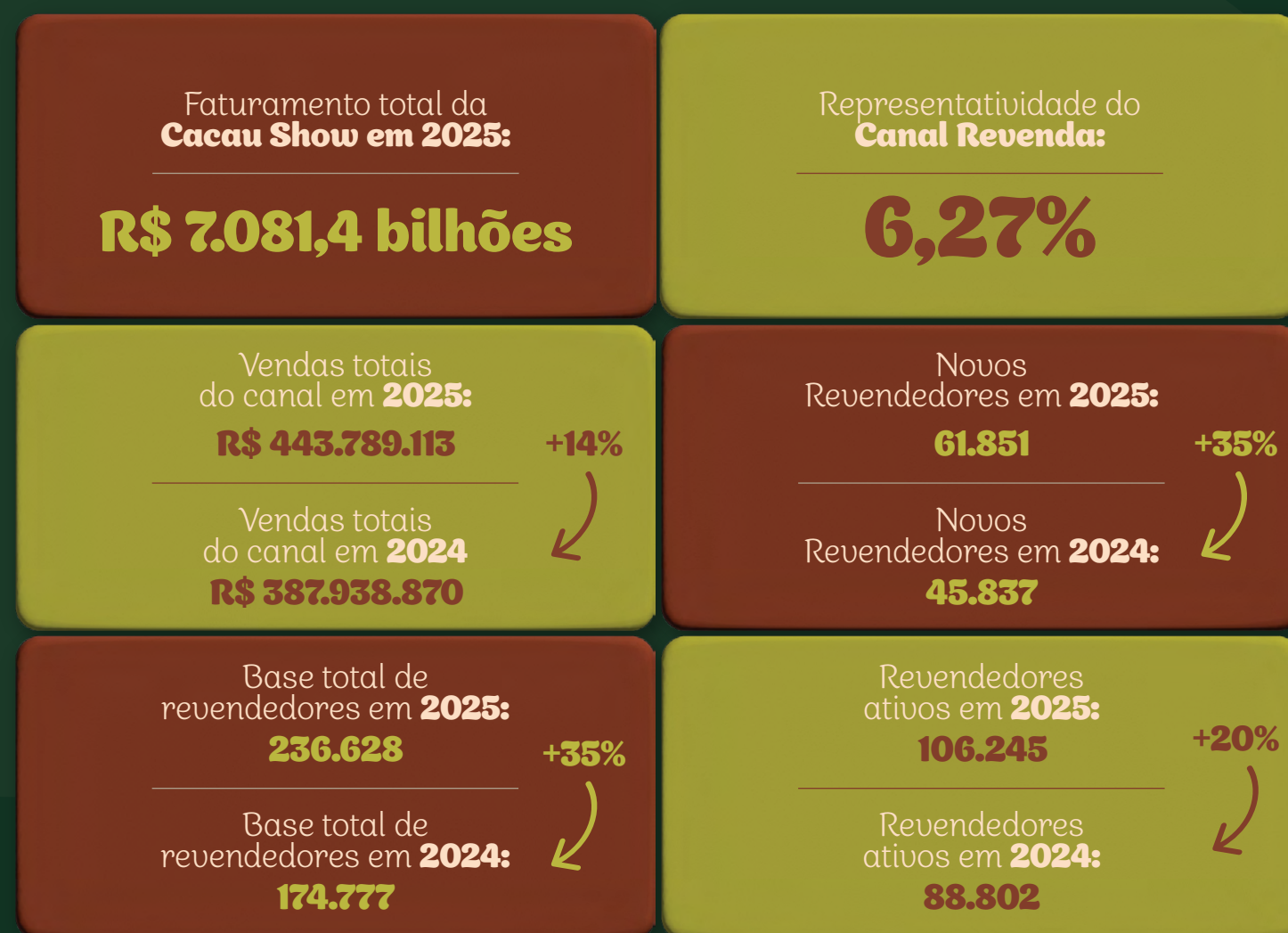
Revenda

GRI 2-29

O canal de Revenda vem ganhando, de forma consistente, maior relevância na estratégia comercial da Cacau Show. A companhia segue empenhada em fortalecer esse modelo, com o objetivo de consolidá-lo como um canal de referência dentro do portfólio de vendas.

Em 2025, o canal passou por importantes movimentações e recebeu novas iniciativas, que contribuíram para o seu desenvolvimento, ampliação de alcance e fortalecimento da relação com clientes e parceiros.

A seguir, destacam-se os principais dados do canal no período:



Espaço do Revendedor

O Espaço do Revendedor é um ambiente exclusivo da Cacau Show, pensado especialmente para quem atua na Revenda. Nele, apenas revendedores cadastrados podem realizar suas compras, contando com um atendimento dedicado, focado em orientar, apoiar e facilitar o dia a dia do negócio.

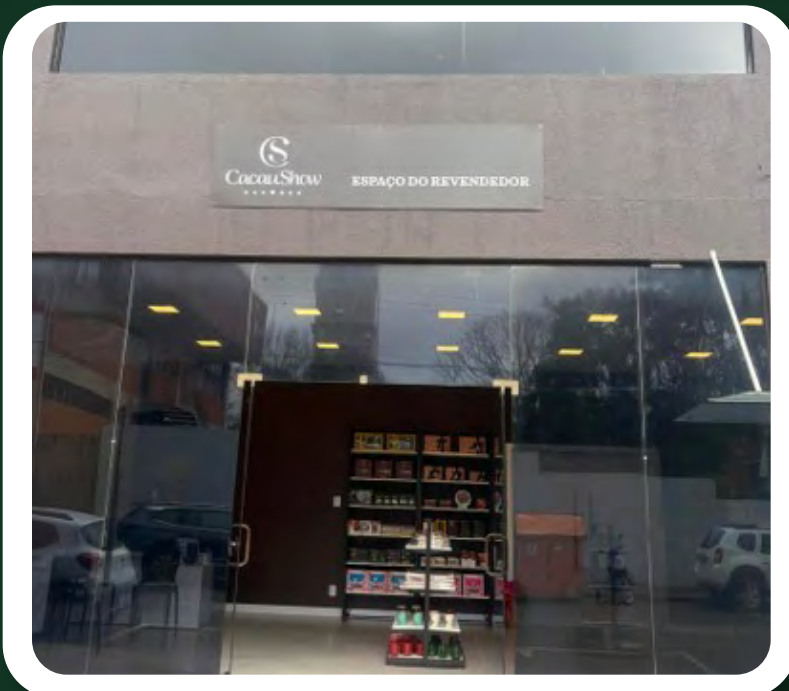
Mais do que um ponto de compra, o Espaço do Revendedor foi criado para fortalecer a experiência do revendedor com a marca. É um local onde o revendedor encontra suporte, proximidade e soluções pensadas para impulsionar seus resultados.

No futuro, esse espaço será consolidado como um verdadeiro *hub* de trabalho da Revenda, reunindo recursos, serviços e iniciativas voltadas ao desenvolvimento dos revendedores, estimulando sua profissionalização e fortalecendo a conexão com a Cacau Show.

Atualmente, a Cacau Show conta com **19 Espaços do Revendedor**, com destaque para a expansão acelerada registrada no segundo semestre de 2025, período em que 12 novas unidades foram inauguradas.

A companhia tem como **objetivo alcançar 50 Espaços do Revendedor até 2027**, ampliando o acesso, a proximidade e o suporte oferecido aos revendedores em diferentes regiões do país.

Em 2025, os Espaços do Revendedor inaugurados foram: **ER SC Chapecó, PR Irati Stroparo e SP Jaú Centro II.**



Arquivo de fotos Cacau Show.

Revenda

CR1 2-29

Plano de Crescimento

Implementado em 2025, o Plano de Crescimento do Revendedor da Cacau Show estruturou um novo modelo de negócio baseado em constância, recorrência e evolução. O plano organiza os **revendedores em quatro níveis: Grão, Cacau, Chocolate e Coração**, com benefícios progressivos, incentivos e experiências exclusivas. A dinâmica por ciclos estimula compras recorrentes, fidelização e crescimento sustentável, alinhando a nossa Revenda às práticas do mercado de venda direta.



Plano de Crescimento



A Venda Direta Cacau Show está evoluindo com você. Criamos um novo modelo de incentivo inspirado nas melhores práticas do mercado de venda direta, pensado para valorizar sua jornada, reconhecer seu esforço e impulsionar seu crescimento e lucros.

O novo **Plano de Crescimento do Revendedor** é gamificado e foi desenvolvido para:

- ◆ Incentivar sua evolução ciclo a ciclo;
- ◆ Recompensar seu desempenho ao longo da campanha de 6 Ciclos;
- ◆ Estimular a indicação de novos revendedores para fortalecer ainda mais sua rede.

Estrutura do Plano

Ciclos e Campanhas

O plano é dividido em ciclos mensais, que vão do primeiro ao último dia de cada mês. A cada 6 ciclos, formamos uma campanha completa — é nesse período que seu desempenho é acompanhado e reconhecido. Ao fim da campanha, seus pontos são reiniciados para um novo começo, mas o nível que você conquistou continua com você.

Níveis

A sua jornada no Plano de Crescimento começa com o primeiro pedido. A partir daí, você já é considerado um revendedor ativo e começa a acumular pontos automaticamente para seu Plano de Crescimento. Com isso, passa a participar da evolução de níveis, ter acesso aos indicadores e aproveitar todos os benefícios do plano.

Se liga no exemplo:

- Você realiza seu primeiro pedido no Ciclo 1;
- Seu pedido foi no valor de R\$350,00;
- Você acumula 70 pontos e entra oficialmente no plano na categoria Grão.

Níveis possíveis	Grão	Cacau	Chocolate	Coração
Lucratividade <small>Margem de Lucratividade</small>	22%	25%	28%	33%
Pontuação necessária	0 a 499 pts	500 a 1799 pts	1800 a 5499 pts	acima de 5500 pts
Boleto & Cartão de Crédito	✓	✓	✓	✓
Parcelamento	30d boleto 2x cartão	30d boleto 15/30d boleto 3x cartão	30d boleto 21/42 boleto 3x cartão	30d boleto 21/42 boleto 4x cartão

Do grão ao coração

Acervo de fotos Cacau Show.

Revenda

CR1 2-29

Como parte do plano de crescimento do canal Revenda, a Cacau Show adotou critérios de pontuação que visam organizar e estruturar o processo comercial dos revendedores, além de apoiar seu desenvolvimento contínuo. Esse modelo permite maior transparência, padronização e clareza sobre as etapas de crescimento dentro do canal.

A evolução de nível funciona como um mecanismo de engajamento e reconhecimento, incentivando os revendedores a evoluírem de forma consistente, a partir de metas e resultados definidos. Nas figuras a seguir, são apresentados mais detalhes sobre os critérios de pontuação e o funcionamento da evolução de nível.



A evolução de nível acontece com base na **soma dos pontos acumulados**, sendo processada automaticamente e **avaliada diariamente pelo sistema**. Durante toda a campanha, o sistema monitora a pontuação dos revendedores e assim que a pontuação atingir o mínimo necessário para um novo nível, a evolução acontece de forma **imediate**, sem a necessidade de aguardar ciclos completos.

Fontes de pontuação

- Pontos por compras finalizadas;
- Bônus por indicação;
- Bônus recorrência.

Evolução para Cacau

- Ciclo 2: 150 pontos;
- Ciclo 3: 180 pontos;
- Ciclo 4: 200 pontos;
- Total: 530 pontos;
- Evolui para Cacau.

Evolução para Coração

- Ciclo 4: 2.000 pontos;
- Ciclo 5: 1.800 pontos;
- Ciclo 5: 2.200 pontos;
- Total: 6.000 pontos;
- Evolui para Coração.

Escritório Virtual do Revendedor

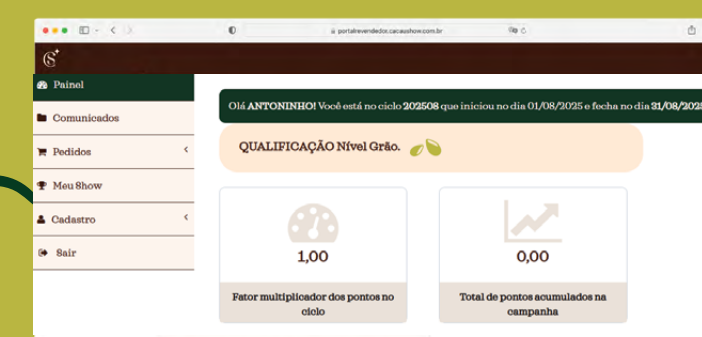
O Escritório Virtual marca o início da digitalização da Revenda Cacau Show, reunindo em um único ambiente as principais informações e ferramentas da Revenda, com foco em dados, autonomia e eficiência. Lançada em julho de 2025, a plataforma fortalece a jornada do revendedor ao oferecer mais clareza, organização e acompanhamento contínuo da sua evolução na Revenda. Na plataforma, o revendedor acompanha seu nível no Plano de Crescimento, a pontuação acumulada, seus pedidos, indicações e comunicados, além da bonificação aplicada quando há recorrência de compras. O acesso é feito por *login* unificado ao Meu Show.

Veja como acessar a ferramenta abaixo:



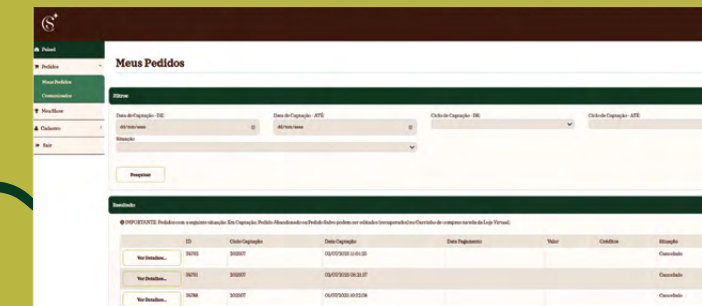
Tela Inicial

Acompanhe sua jornada.



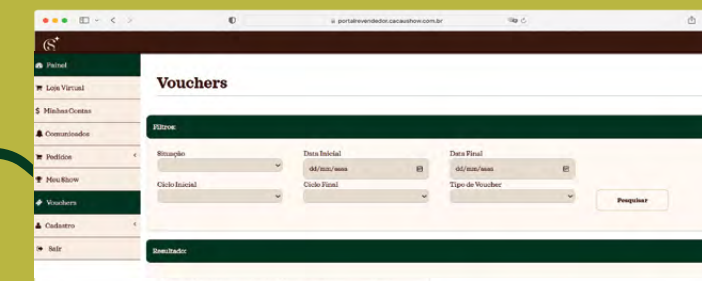
Tela Pedidos

Consulte seus pedidos.



Tela Vouchers

Confira seus vouchers.



Loja Virtual do Revendedor

A Loja Virtual do Revendedor é o ambiente onde o revendedor escolhe seus produtos, monta o pedido e realiza o pagamento sem sair de casa, indo até a loja física apenas para a retirada dos itens. Isso garante mais agilidade no dia a dia, elimina o tempo gasto na escolha dos produtos em loja e oferece clareza sobre a disponibilidade de estoque no momento da compra.

Lançada em setembro de 2025, a Loja Virtual é uma plataforma de acesso exclusivo do revendedor, disponível dentro do Escritório Virtual, com login unificado pelo Meu Show. Logo após o acesso, o revendedor define a loja onde fará a retirada dos pedidos, garantindo mais clareza e organização desde o início da jornada de compra.

Atualmente, a Loja Virtual é um projeto em fase de ampliação e adaptação, liberado exclusivamente para revendedores cadastrados em 21 lojas selecionadas, funcionando como um piloto estratégico para a evolução da experiência digital da Revenda.



Acervo de fotos Cacau Show.



Central de Atendimento

A Cacau Show conta com uma área dedicada ao canal de Revenda, que dispõe de profissionais especializados na Central de Atendimento aos revendedores. Essa estrutura foi criada com o objetivo de oferecer suporte qualificado, ágil e eficiente, fortalecendo o relacionamento e assegurando uma experiência positiva ao longo de toda a jornada no canal.

A Central atua como um ponto estratégico de contato, prestando orientações, esclarecendo dúvidas, apoiando demandas operacionais e contribuindo para a resolução de solicitações relacionadas a pedidos, processos comerciais, produtos e serviços. Dessa forma, a área desempenha um papel fundamental no apoio ao desenvolvimento dos revendedores e na manutenção da qualidade do atendimento.

A seguir, são apresentados os principais indicadores e números relacionados à atuação da Central de Atendimento no ano de 2025, que refletem o volume de atendimentos, a eficiência operacional e o compromisso da companhia com a melhoria contínua do suporte oferecido aos revendedores.

Central de Atendimento 2025 Fechamento de 2025



+85% Cresc. Novos Leads



+515k Contatos Realizados



+115k Atendimentos



+9k Novos Revendedores

Canais Digitais

GRI 2-6 | 2-29

A área de Canais Digitais da Cacau Show segue desempenhando um papel estratégico no fortalecimento do ecossistema da companhia, apoiando a expansão do alcance da marca, a eficiência operacional e a melhoria contínua da experiência do consumidor. O plano de crescimento de longo prazo continua em foco expandindo principalmente o canal proprietário Cacau Show Delivery.

A atuação dos Canais Digitais permanece estruturada em quatro disciplinas estratégicas: **aquisição de novos clientes**, por meio da gestão de mídias digitais, *social media* e CRM; **experiência do usuário**, com foco na fluidez das jornadas de compra nos canais proprietários; **operação de lojas e Centros de Distribuição**, contribuindo para maior conveniência e agilidade nas entregas; e **pós-venda**, com ações voltadas à retenção de clientes e à qualidade do atendimento.

Essas frentes sustentam a operação dos canais digitais do ecossistema da Cacau Show, abrangendo tanto os canais proprietários quanto as parcerias com plataformas estratégicas, como iFood, Food to Save, Rappi, Mercado Livre e, a partir do final de 2025, a Keeta. Ao longo de 2025, a companhia manteve o foco na estabilidade operacional, na eficiência dos processos e na consolidação das iniciativas implementadas nos anos anteriores, o que levou ao melhor resultado operacional dos canais digitais pós-pandemia atingindo lucratividade recorde.

As ações em canais digitais continuam contribuindo para a estratégia *omnichannel* da Cacau Show, fortalecendo a integração entre os ambientes físico e digital e ampliando as opções de acesso dos consumidores aos produtos da marca. A companhia segue atenta às oportunidades de evolução desse ecossistema, com foco em inovação, experiência do cliente e geração de valor sustentável no longo prazo.





Inovação Digital como Vetor de Competitividade e Sustentabilidade

GRI 2-6 | 2-29

Em 2025, a Cacau Show reforçou seu posicionamento como **referência em transformação digital no varejo** ao apresentar o **case do Gift AI** em eventos globais — o Dreamforce, em San Francisco (EUA), e o Agentforce World Tour Brazil.

Nestes dois eventos, foram compartilhadas a estratégia digital da marca e os resultados obtidos a partir da integração entre tecnologia, dados e experiência do cliente.

As participações evidenciaram como a digitalização da experiência de compra tem sido um pilar fundamental para fortalecer o relacionamento com clientes, ampliar acesso aos produtos e sustentar um modelo de negócio integrado e centrado no consumidor.

Dreamforce – San Francisco

Durante o Dreamforce, um dos principais eventos globais de tecnologia e inovação, a companhia apresentou o *Gift AI*, solução de recomendação de presente utilizando a inteligência artificial do Agentforce conectada ao Commerce Cloud, ambas soluções SaaS da Salesforce.

A ferramenta utiliza inteligência artificial e análise de dados para oferecer recomendações personalizadas, criando uma experiência de compra conversacional, contextual e orientada às preferências individuais dos clientes. A iniciativa demonstra como a integração entre tecnologia, dados e estratégia comercial contribui para:

- Personalização da jornada digital e aumento do engajamento;
- Maior assertividade na recomendação de produtos;

- Fortalecimento da fidelização e relacionamento com o consumidor;
- Evolução para um varejo mais responsivo, inteligente e centrado no cliente.

O *case* foi apresentado como exemplo de adoção de tecnologia de ponta no varejo, reforçando o compromisso da Cacau Show com inovação contínua e parcerias tecnológicas estratégicas para ampliar sua capacidade *omnichannel*.

Agentforce World Tour Brazil

No Agentforce World Tour Brazil, a companhia destacou como a digitalização da experiência de compra tem impulsionado resultados concretos, contribuindo para o crescimento do faturamento e o fortalecimento do ecossistema digital da marca.

A estratégia apresentada evidenciou:

- Integração entre canais físicos e digitais, promovendo uma jornada fluida e conectada;
- Ampliação da presença em canais próprios e *marketplaces*;
- Uso de soluções tecnológicas para tornar a experiência mais intuitiva, conveniente e personalizada;
- Digitalização como ferramenta de escala, eficiência e competitividade;
- Modelo de negócio que utiliza a tecnologia para impulsionar as vendas em loja, impactando os clientes em outros momentos.

A consolidação da estratégia *omnichannel* amplia o acesso dos consumidores aos produtos da marca, promove conveniência e fortalece a inclusão digital ao permitir diferentes formas de interação e compra, adaptadas às necessidades e

preferências de cada público.

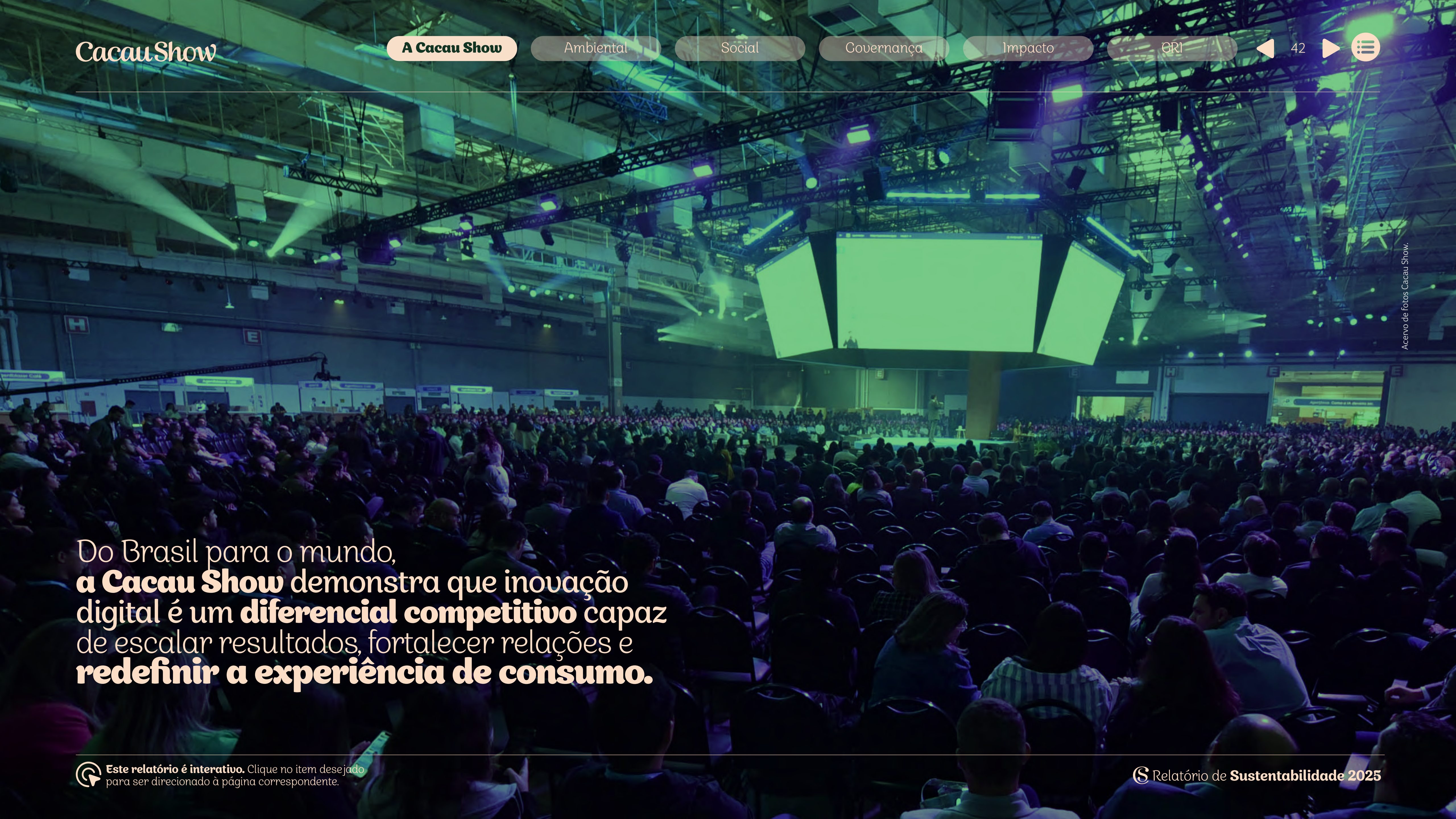
Digitalização como alicerce do modelo de negócio sustentável

As iniciativas apresentadas nos dois eventos evidenciam que a transformação digital vai além da modernização tecnológica: trata-se de um movimento estruturante para um modelo de negócio mais resiliente, integrado e orientado à geração de valor de longo prazo.

Ao investir em inovação digital, a Cacau Show:

- Fortalece sua competitividade em um mercado em constante evolução;
- Amplia o alcance e democratiza o acesso aos seus produtos;
- Constrói relações mais próximas e personalizadas com seus clientes;
- Integra tecnologia, dados e estratégia comercial para sustentar crescimento responsável.

Dessa forma, a digitalização se consolida como um dos vetores estratégicos da companhia para impulsionar resultados econômicos, fortalecer o relacionamento com *stakeholders* e sustentar um modelo de negócio moderno, eficiente e centrado no cliente.



Arquivo de fotos Cacau Show.

Do Brasil para o mundo,
a Cacau Show demonstra que inovação digital é um **diferencial competitivo** capaz de escalar resultados, fortalecer relações e **redefinir a experiência de consumo.**



Canal B2B

GRI 2-29

O Canal B2B da Cacau Show desempenha papel **estratégico na ampliação da presença institucional da marca**, levando nossos produtos e experiências para além do varejo tradicional. A atuação contempla locais como rodovias, aeroportos, praias e minimercados em condomínios, além de expandir a marca para diferentes momentos de lazer e relacionamento corporativo, fortalecendo conexões com empresas, parceiros e consumidores em múltiplos contextos.

Em 2025, o **Canal B2B** atendeu **77.077 empresas**, reforçando o relacionamento com clientes corporativos e ampliando a capilaridade da marca. No período, o canal manteve foco na consolidação da base ativa, na eficiência comercial e na integração com a rede de franqueados, assegurando alinhamento estratégico e geração de valor compartilhado.

O faturamento total do **Canal B2B em 2025 foi de R\$ 244 milhões**, reafirmando sua relevância para a sustentabilidade econômica do negócio e para a diversificação das fontes de receita da companhia.

Serviços e soluções oferecidas

O canal opera com um portfólio estruturado para atender diferentes demandas corporativas:

- **Presente corporativo:** soluções para empresas que desejam presentear colaboradores e parceiros em datas comemorativas, como Páscoa e Natal;
- **Venda in company:** ações exclusivas voltadas ao engajamento de equipes e colaboradores;
- **Festas e eventos:** fornecimento de produtos para ativações, eventos corporativos e ações promocionais;
- **Vale-presente digital:** modalidade com resgate exclusivo pelo site da Cacau Show;

- **Personalização:** inclusão da marca parceira nos produtos, fortalecendo campanhas conjuntas e ações de relacionamento;
- **Parcerias com shoppings:** desenvolvimento de campanhas promocionais com grandes administradoras.

Parcerias com shoppings: ampliação de presença institucional

Em 2025, as parcerias com *shoppings* consolidaram-se como um dos grandes destaques do canal. Ao todo, foram realizadas ações em **38 shoppings** em todo o Brasil, que resultaram em aproximadamente **R\$ 4 milhões em vendas no ano**, reforçando a estratégia de ampliação da presença institucional da marca e geração de novas oportunidades comerciais. No período, foram registrados **12.241 tíquetes vendidos e 206.736 itens comercializados**, evidenciando o volume expressivo de vendas e o engajamento dos consumidores nas ações realizadas.

As ações foram estruturadas especialmente em datas sazonais relevantes, como Dia das Mães, Dia dos Namorados e Natal, por meio de campanhas do tipo “**compre e ganhe**”, nas quais os consumidores resgatam produtos Cacau Show ao atingirem determinado valor em compras no empreendimento.

Esse modelo fortalece a visibilidade da marca em ambientes de grande fluxo, com forte ativação de comunicação nos espaços físicos dos *shoppings* e, em alguns casos, em mídia externa, ampliando alcance e reconhecimento institucional.

Reativação de base: inteligência comercial aplicada

A reativação estruturada da base de clientes consolidou-se como um dos principais vetores de crescimento do Canal B2B. A iniciativa, iniciada em 2024 e ampliada ao longo de 2025, tem como foco a gestão ativa da carteira, com

acompanhamento contínuo e atuação direcionada junto à rede.

Em 2024, a estratégia gerou um incremento de **R\$ 10 milhões em vendas no período pós-Páscoa**. Já em 2025, com monitoramento ao longo de todo o ciclo anual, foram **9.181 clientes reativados**, representando um crescimento de **4,6% em relação ao ano anterior**.

Os resultados evidenciam a efetividade de uma abordagem orientada por dados, fortalecendo o relacionamento com clientes recorrentes, ampliando oportunidades comerciais e contribuindo para a sustentabilidade econômica do canal no longo prazo.

As ativações com shoppings trazem visibilidade e aproximam o público da marca em datas especiais.





Eventos Corporativos e Engajamento da Rede

CRI 2-29

Os eventos corporativos desempenham papel estratégico no fortalecimento da cultura organizacional, no alinhamento das diretrizes comerciais e no engajamento da rede de franqueados e consultores. Em 2025, a companhia promoveu três grandes convenções, consolidando esses encontros como importantes espaços de conexão, capacitação e construção conjunta de resultados.

Principais eventos realizados em 2025

Convenção de Franqueados VIPs

Realizada no início de 2025, no Bendito Cacao Family Resort, em Águas de Lindóia (SP), a convenção reuniu cerca de 700 franqueados VIPs, que atuam no canal de Revenda. O encontro teve como objetivo apresentar o plano do canal de Revenda para o ano de 2025 e a campanha de Natal, compartilhar direcionamentos comerciais e reforçar o papel estratégico desse canal para os resultados da companhia, ampliando o alinhamento e a preparação da rede para o período sazonal.

34ª Convenção de Franqueados

Realizada em maio de 2025, no Complexo Intensidade da Cacau Show, em Itapevi (SP), a 34ª Convenção de Franqueados reuniu aproximadamente 1.700 franqueados de todo o país. O encontro teve como foco a apresentação e comercialização da campanha de Páscoa 2026, além da realização da feira de fornecedores e rodadas de negociação. O evento promoveu alinhamento estratégico, fortalecimento das parcerias comerciais e integração entre franqueados, áreas internas e parceiros de negócio, consolidando-se como um dos principais momentos de conexão da rede.

Convenção de Consultores de Vendas

Retomada após 2020, a Convenção de Consultores de Vendas foi realizada em outubro de 2025 no Complexo Intensidade da Cacau Show, em Itapevi (SP), e direcionada aos consultores e vendedores das lojas. O evento reforçou o compromisso da companhia com a capacitação e o desenvolvimento da linha de frente, incluindo treinamentos, apresentação da campanha de Natal, degustação de produtos e palestra voltada ao encantamento do cliente. A iniciativa fortaleceu a experiência de marca no ponto de venda e o padrão de atendimento em toda a rede.

Escuta ativa e melhoria contínua

Após cada evento, é aplicada a pesquisa de satisfação (NPS), avaliando aspectos como:

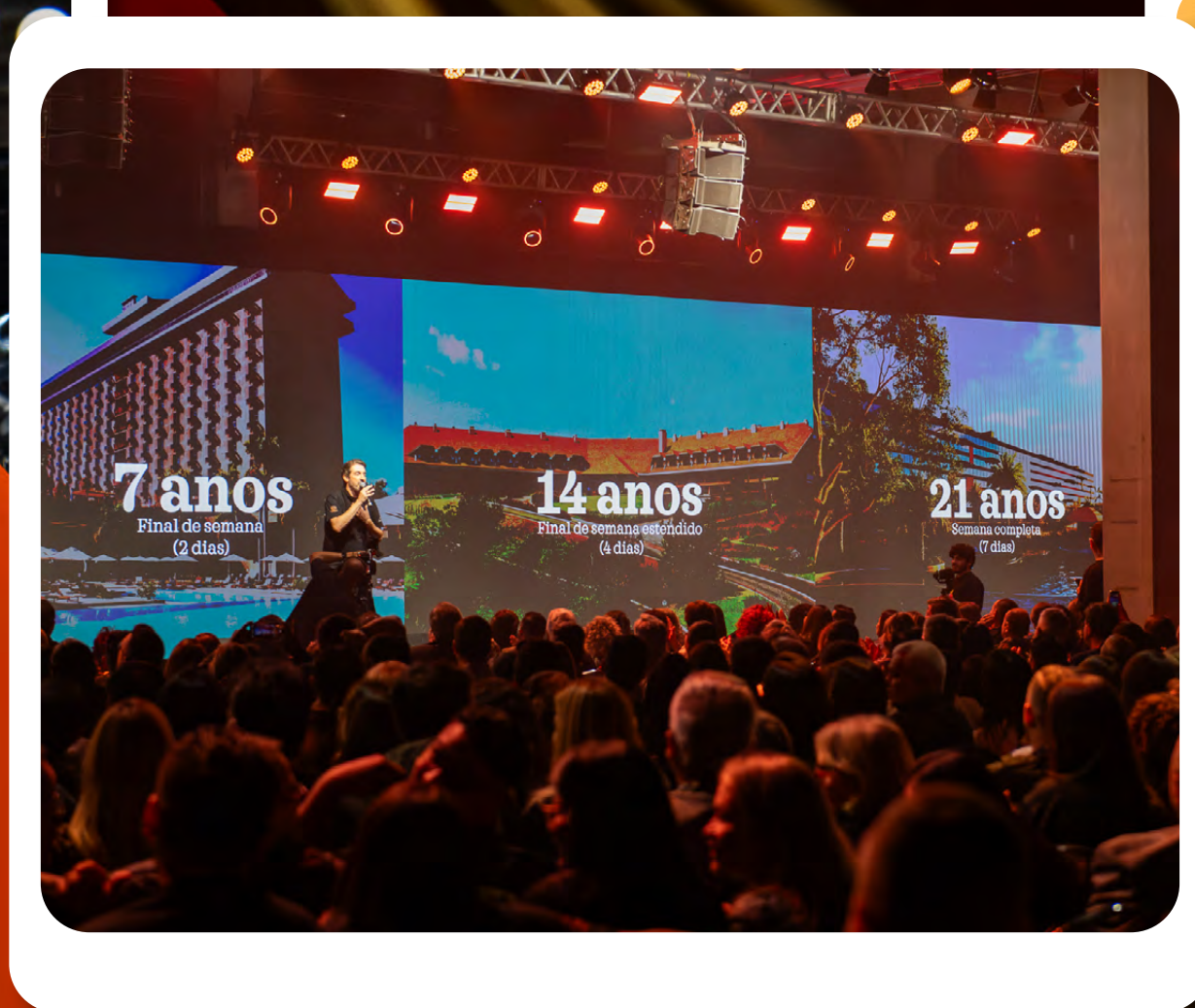
- Qualidade das palestras e conteúdos apresentados;
- Infraestrutura e logística do evento;
- Alimentação, restaurante, festa e bar;
- Atrações do evento;
- Organização da feira de fornecedores.

Os resultados orientam ajustes e melhorias, ajudando a aprimorar cada vez mais a experiência dos presentes nos eventos e norteando a produção do próximo encontro.

Essa pesquisa é essencial para fortalecer a cultura de escuta ativa, promovendo maior alinhamento entre as expectativas da rede e a proposta dos eventos corporativos. Além de apoiar decisões mais assertivas, o acompanhamento sistemático dos indicadores de satisfação contribui para elevar o padrão de qualidade das convenções, otimizar recursos, mitigar riscos operacionais e ampliar o engajamento dos participantes ao longo do tempo.



Acervo de fotos Cacau Show.



Acervo de fotos Cacau Show.



PEF – Programa de Excelência de Franqueados

GRI 2-29


A Cacau Show conta com o **Programa de Excelência de Franqueados (PEF)**, uma iniciativa estratégica criada para **fortalecer a padronização, a qualidade operacional e a sustentabilidade da rede**. O programa apoia a companhia na manutenção de elevados padrões de desempenho, promovendo alinhamento entre franqueadora e franqueados e garantindo que a experiência oferecida ao consumidor seja consistente em todas as unidades.


O PEF é uma metodologia estruturada que tem como objetivo avaliar a gestão e a eficiência dos pontos de venda da rede franqueada, assegurando a adequada padronização das lojas e a excelência operacional. A iniciativa busca garantir uma operação encantadora, tornando cada visita do consumidor uma experiência marcante, seja pela ambientação e organização da loja, pelo sabor dos produtos ou pela qualidade do atendimento, contribuindo para a fidelização e fortalecimento da marca.

O programa é estruturado em três pilares fundamentais que sustentam o desempenho e o sucesso das lojas:

- **Pilar Estrutural**, que tem como foco principal a experiência do cliente, assegurando padronização, organização e conformidade do ambiente físico;
- **Pilar de Execução no Ponto de Venda**, que se concentra na qualidade do atendimento ao consumidor, na correta exposição de produtos e no suporte efetivo às vendas;
- **Pilar de Gestão**, que se direciona aos principais fundamentos da administração do negócio, contemplando processos, indicadores e práticas que promovem eficiência, rentabilidade e sustentabilidade da operação;

As lojas são avaliadas com base em critérios previamente estabelecidos e, conforme a pontuação obtida, são classificadas em diferentes categorias de desempenho:

 **Acima do padrão..... Acima de 90%**

 **Padrão..... De 70% a 89,99%**

 **Em Desenvolvimento..... De 50% a 69,99%**

 **Fora do padrão..... Abaixo de 49,99%**

Este programa é aplicável a qualquer loja, independentemente do seu porte e localização. Os resultados das avaliações deverão orientar para:

- **Melhoria** do nível de atendimento, dos serviços e das lojas da **rede**;
- **Reconhecimento** de resultados;
- **Abertura** de novas lojas;
- **Remanejamento** de áreas;
- **Transferências** de lojas;
- **Renovação** do **Contrato** de Franquia;
- **Rescisão** do **Contrato** de Franquia;
- **Campanhas** direcionadas ao programa.

Atualmente existem três formas de avaliação:

1) Auditoria Presencial: realizada por profissional da Cacau Show ou empresa contratada, o qual se identificará ao chegar à loja através do termo de visita. Poderão ser realizadas entre 0 (zero) a 12 (doze) avaliações de auditoria.

2) Auditoria Interna: realizada pela franqueadora para as questões que são avaliadas internamente, nos períodos determinados em cada questão identificada no item de verificação.

3) Autoavaliação: realizada pelo franqueado nos períodos determinados pela franqueadora.

Desde sua implementação, o PEF (Programa de Excelência de Franqueados) vem passando por aprimoramentos contínuos, com ampliação dos critérios de avaliação e maior envolvimento das equipes de consultoria de vendas no processo. Esse movimento tem contribuído para o amadurecimento do programa, fortalecendo a parceria entre franqueadora e franqueados e estabelecendo um ciclo estruturado e permanente de evolução e melhoria contínua.

Como resultado dessa trajetória de evolução, o PEF consolidou-se como um instrumento estratégico para assegurar a qualidade das operações e a perenidade dos negócios, firmando-se como um importante diferencial competitivo para a rede.



Customer Experience

GRI 2-29

O *Customer Experience (CX)* da Cacau Show desempenha um papel estratégico na construção de um relacionamento sólido, próximo e relevante com nossos consumidores. A área está estruturada em três frentes complementares:

- **Cacau Lovers/Fidelidade** – programas de relacionamento e embaixadores da marca;
- **CRM em vendas** – atendimento ao Fidelidade e aos demais negócios da companhia;
- **Atendimento Show** – frente iniciada em 2025, com foco na experiência e no atendimento nas lojas físicas.

Cada frente possui objetivos, métricas e níveis de maturidade distintos, mas atua de forma integrada para fortalecer vínculos, impulsionar resultados e aprimorar continuamente a jornada do cliente.

Evolução estratégica em 2025

Em 2025, o principal avanço esteve na consolidação de um novo padrão de comunicação, tornando o **relacionamento mais organizado, eficiente e menos saturado**. O time de CRM evoluiu o modelo de disparos, passando a integrar múltiplos temas em comunicações mais estruturadas, reduzindo o excesso de *e-mails* e aprimorando *layouts* e formatos visuais.

Essa reorganização trouxe maior clareza, melhor experiência de leitura e mais assertividade nas mensagens enviadas. A evolução também se refletiu na integração entre plataformas de CRM, contemplando diferentes negócios: lojas, hotéis e vendas diretas, com abordagens adequadas a cada perfil de público.

Houve ainda avanço relevante no **Atendimento Show**, fortalecendo a **escuta ativa do cliente** e ampliando a capacidade de mensuração da experiência ao longo da jornada.

Essa evolução reforça um posicionamento central da companhia: **o cliente não é apenas consumidor, mas parceiro ativo na construção do negócio**. Ao ampliar canais, estruturar jornadas personalizadas e transformar a escuta em ferramenta estratégica de gestão, a Cacau Show fortalece sua base, gera inteligência para o negócio e impulsiona resultados sustentáveis no longo prazo.

Comunicação com clientes em 2025

Ao longo do ano, foram realizadas **67 campanhas**, incluindo datas comemorativas, lançamentos de produtos, campanhas de resgate e períodos estratégicos, como Páscoa e Natal.

A média mensal de comunicações em 2025 foi de aproximadamente:

- ✉ • **85,3 milhões de e-mails;**
- 📱 • **119 mil mensagens via WhatsApp;**
- 💬 • **173 mil mensagens via SMS.**

Os números contemplam todos os negócios da companhia e diferentes tipos de comunicação, como promoções, campanhas sazonais e ativações específicas.

Esses dados evidenciam não apenas o alcance das ações, mas a consolidação de uma estratégia baseada em segmentação, jornadas automatizadas e maior eficiência na gestão dos canais.

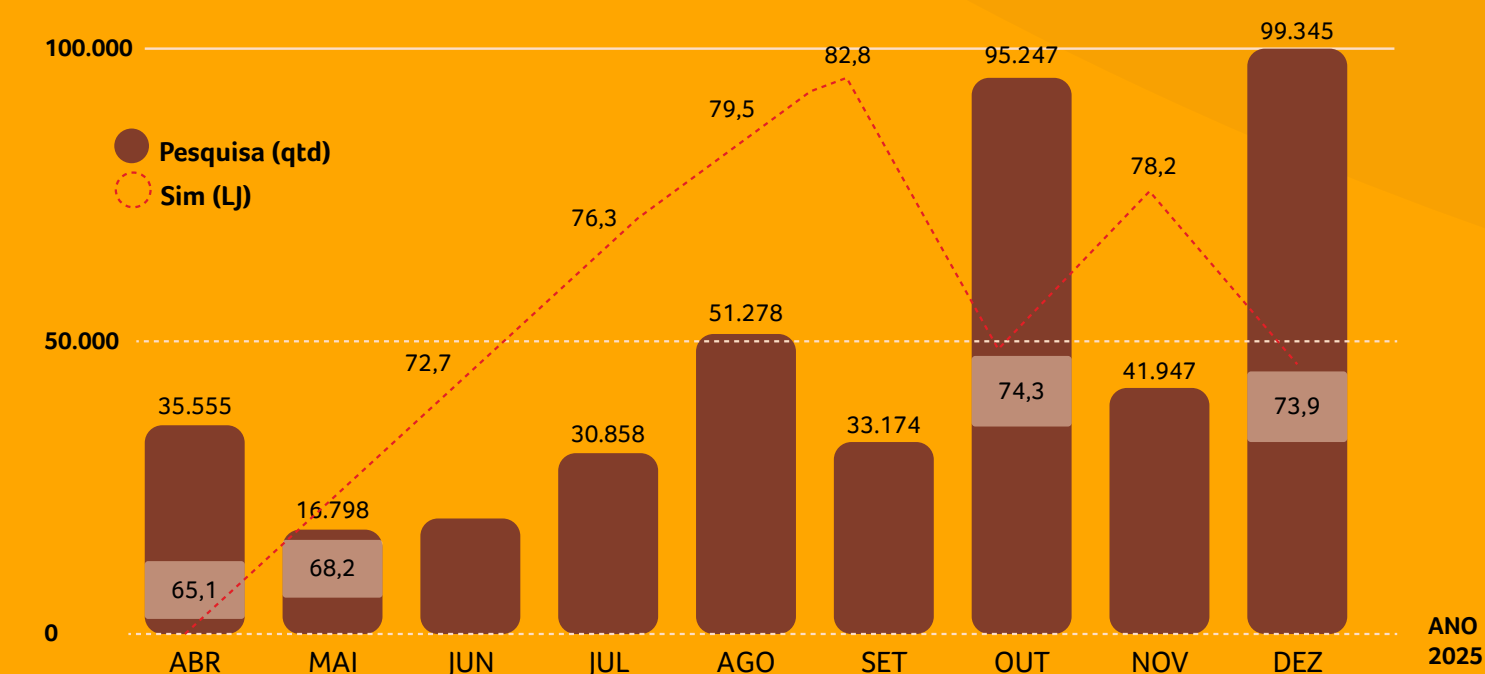
Evolução do modelo de cliente oculto

Em 2025, a companhia implementou uma mudança metodológica relevante no modelo de avaliação das lojas, um dos principais destaques do ano.

O formato anterior, conduzido por parceiro externo com visitas presenciais mensais, foi substituído por uma pesquisa enviada diretamente aos clientes após a compra, composta por um questionário objetivo com 7 perguntas binárias (sim/não). Com incentivo via programa de fidelidade, o novo modelo ampliou significativamente a participação:

- **Média anterior:** aproximadamente 4 mil respostas mensais;
- **Nova média:** cerca de 50 mil respostas mensais;
- **Dezembro/2025:** mais de 99 mil respostas registradas.

O gráfico abaixo ilustra a evolução do volume de respostas ao longo do período, evidenciando o crescimento significativo da adesão e a consolidação do novo modelo como ferramenta estratégica de escuta ativa.



A mudança proporcionou uma visão mais fiel da experiência no ponto de venda, elevou a escala de escuta e fortaleceu a tomada de decisão baseada na percepção real do consumidor.

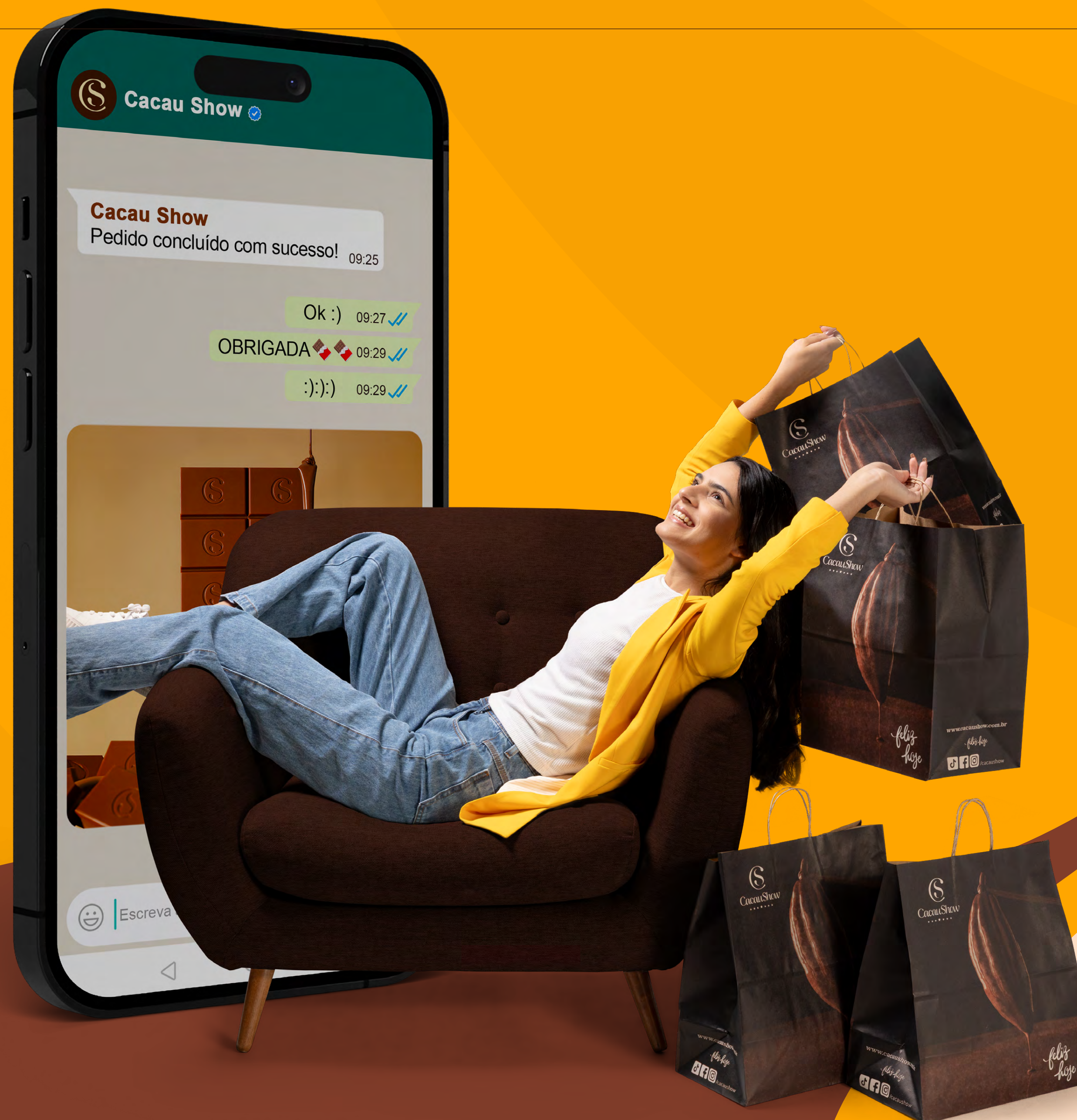


CRM Loja Projeto Piloto

GRI 2-29

Entre as iniciativas de 2025, destaca-se o lançamento piloto do **CRM Loja**, aplicativo desenvolvido internamente que permite que cada loja se comunique via WhatsApp com sua própria base de clientes, composta por consumidores que concederam aceite prévio para o recebimento de comunicações, em conformidade com a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), utilizando mensagens padronizadas e personalizadas alinhadas às campanhas vigentes.

Em fase inicial, o projeto representa um avanço na gestão do relacionamento no ponto de venda, ampliando a autonomia das lojas com governança centralizada e estratégia unificada. Para 2026, está prevista a evolução da solução com novos relatórios e indicadores de performance.





Cacau Lovers

CRI 2-29

O programa de fidelidade da Cacau Show, **Cacau Lovers**, foi desenvolvido para fortalecer o relacionamento com os clientes por meio de benefícios, experiências e iniciativas de impacto social. Ao longo de sua trajetória, o programa consolidou-se como um dos principais pilares de engajamento da companhia, conectando consumo, recorrência e propósito.

Em 2025, o programa **celebrou cinco anos de atuação**, marco que reforça sua consolidação no mercado e sua relevância estratégica para o negócio. Atualmente, são **28,6 milhões de clientes cadastrados** com aceite de comunicação, evidenciando a robustez da base e a capilaridade da iniciativa.

Outro dado relevante é que **91% das vendas da Cacau Show em 2025** foram identificadas, permitindo maior conhecimento do perfil de consumo, personalização de ofertas e fortalecimento das estratégias de relacionamento.

Reestruturação estratégica do programa

O ano foi marcado por uma importante transformação estrutural do Cacau Lovers, com foco na simplificação da jornada e na valorização dos benefícios.

Os quatro níveis anteriores (Crush, Paquera, Paixão e Amor) foram descontinuados e os clientes reenquadrados em três novas categorias:

- **Silver** - nível inicial, com benefícios básicos;
- **Gold** - nível intermediário, com vantagens ampliadas;
- **Platinum** - nível mais alto, com benefícios exclusivos e maior diferenciação.

A mudança teve como objetivo simplificar as regras de progressão e resgate,

além de permitir maior diferenciação e valorização dos benefícios oferecidos em cada nível, alinhando o programa às melhores práticas de mercado.

Para os próximos ciclos, a companhia priorizará o aprimoramento da proposta de valor aos clientes Platinum, fortalecendo a diferenciação de benefícios e a percepção de exclusividade, mantendo o equilíbrio e a equidade entre os níveis do programa.

Parceria estratégica com a Loyalme

Em 2025, o programa integrou uma nova parceria estratégica com a **Loyalme**, plataforma de cuponeria que ampliou o ecossistema de benefícios do Cacau Lovers.

A solução permite que os clientes troquem Cacaos por descontos em uma ampla rede de marcas parceiras de grande relevância, abrangendo diferentes segmentos, como vestuário, eletroeletrônicos e produtos para pet. A iniciativa aumenta a versatilidade, a atratividade e o valor percebido do programa de fidelidade.

Cacau Lovers



Cacau Lovers

CR1 2-29

Rebranding e evolução do site

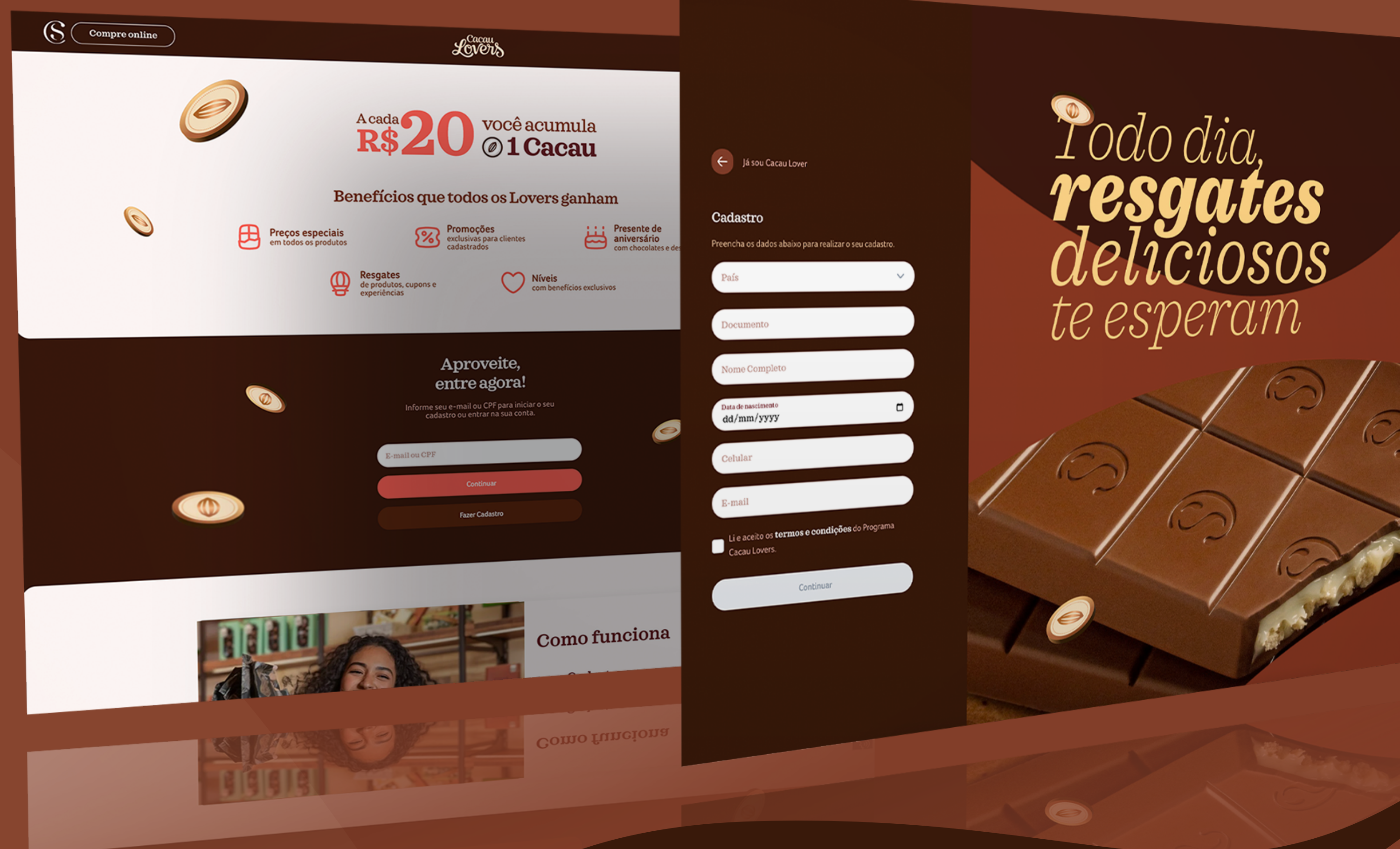
Em linha com a estratégia da companhia, foi concluído o processo de **rebranding** do programa, com **atualização completa da identidade visual**, incluindo novo logotipo e paleta de cores, fortalecendo o alinhamento do Cacau Lovers à marca Cacau Show e à sua estratégia institucional.

O site do programa também foi integralmente reformulado, priorizando uma navegação mais fluida, intuitiva e integrada à jornada digital do cliente, ampliando a usabilidade e a conexão com os demais canais da companhia.

Em celebração aos cinco anos do programa, clientes da categoria Platinum participaram de uma ação exclusiva, com possibilidade de resgate de produtos com 100% de desconto mediante a troca de Cacaus. A iniciativa reforçou o reconhecimento aos clientes de maior engajamento e a proposta de valor do programa.

O Cacau Lovers segue evoluindo como uma alavanca estratégica de relacionamento e fidelização, integrando experiência, dados e impacto social. A evolução do programa seguirá direcionada à ampliação do engajamento da base ativa, ao fortalecimento da diferenciação entre níveis e à expansão do ecossistema de benefícios.

Cacau Lovers



Experiências que Conectam e Geram Impacto Positivo

GRI 2-6 | 2-29

Falar de **Cacau Show** é, também, falar de experiências que marcam a vida das pessoas. Em 2025, entre diversas iniciativas realizadas ao longo do ano, **três histórias ganharam destaque** por seu impacto emocional e pela conexão genuína com nossos consumidores.

A experiência dos 16 ovos

Durante a Páscoa, identificamos nas redes sociais um vídeo emocionante em que uma mãe presenteava seu filho adotivo, de 17 anos, com seu primeiro ovo de Páscoa. Sensibilizados com o relato e com o fato de ele nunca ter vivenciado essa tradição decidimos transformar aquele momento em uma experiência ainda mais significativa.

Enviamos 16 ovos de Páscoa, simbolizando cada ano em que ele não teve a oportunidade de celebrar essa data. A iniciativa buscou não apenas presentear, mas representar cada ano de espera, ressignificando a Páscoa como um marco de afeto, pertencimento e novas memórias.

Posteriormente, a mãe compartilhou um novo vídeo com a reação emocional do filho ao receber os ovos. A publicação rapidamente ganhou repercussão positiva, gerando ampla interação e reconhecimento nas redes sociais. O gesto sensibilizou milhares de pessoas e reforçou o propósito da marca de ir além do produto, criando conexões reais e momentos inesquecíveis.



Acervo de fotos Cacau Show.



Experiências que Conectam e Geram Impacto Positivo

GRI 2-6 | 2-29

A experiência da cliente que reencontrou suas memórias

Após um grave erro médico que resultou na perda total de sua memória, uma cliente iniciou um delicado processo de reconstrução de sua vida e de seu relacionamento. Durante esse período, uma tradição permaneceu: todos os anos, no Natal, seu esposo a presenteava com um Panettone da Cacau Show.

Em uma noite próxima ao Natal, ao retornar para casa, ela viu o Panettone sobre a mesa e, emocionada, disse: **“Eu me lembro disso.”** A partir daquele momento, memórias começaram a ser resgatadas, inclusive as do próprio relacionamento.

Tocados pela história, convidamos o casal para participar da Convenção de Franqueados e proporcionamos uma experiência especial no Bendito Cacao Family Resort. Mais do que um produto, essa história reforça como gestos simbólicos podem representar afeto, pertencimento e recomeço.



Cesta Especial para o Sr. Ezio

Após publicar um vídeo relatando que, aos 65 anos, havia ganhado seu primeiro ovo de Páscoa da Cacau Show, o Sr. Ezio Souza, catador de recicláveis, emocionou milhares de pessoas com sua história.

O relato simples e genuíno, carregado de significado, mobilizou nossa equipe. Sensibilizados com a história, decidimos transformar aquele momento em uma experiência ainda mais marcante. Preparamos e enviamos ao Sr. Ezio uma cesta especial com diversos produtos da marca, acompanhada de uma carta personalizada, reforçando nosso carinho, reconhecimento e gratidão por compartilhar sua história.

A repercussão do gesto nas redes sociais ampliou o alcance da história e fortaleceu ainda mais o vínculo emocional com o público, evidenciando como pequenas ações podem gerar grande impacto.

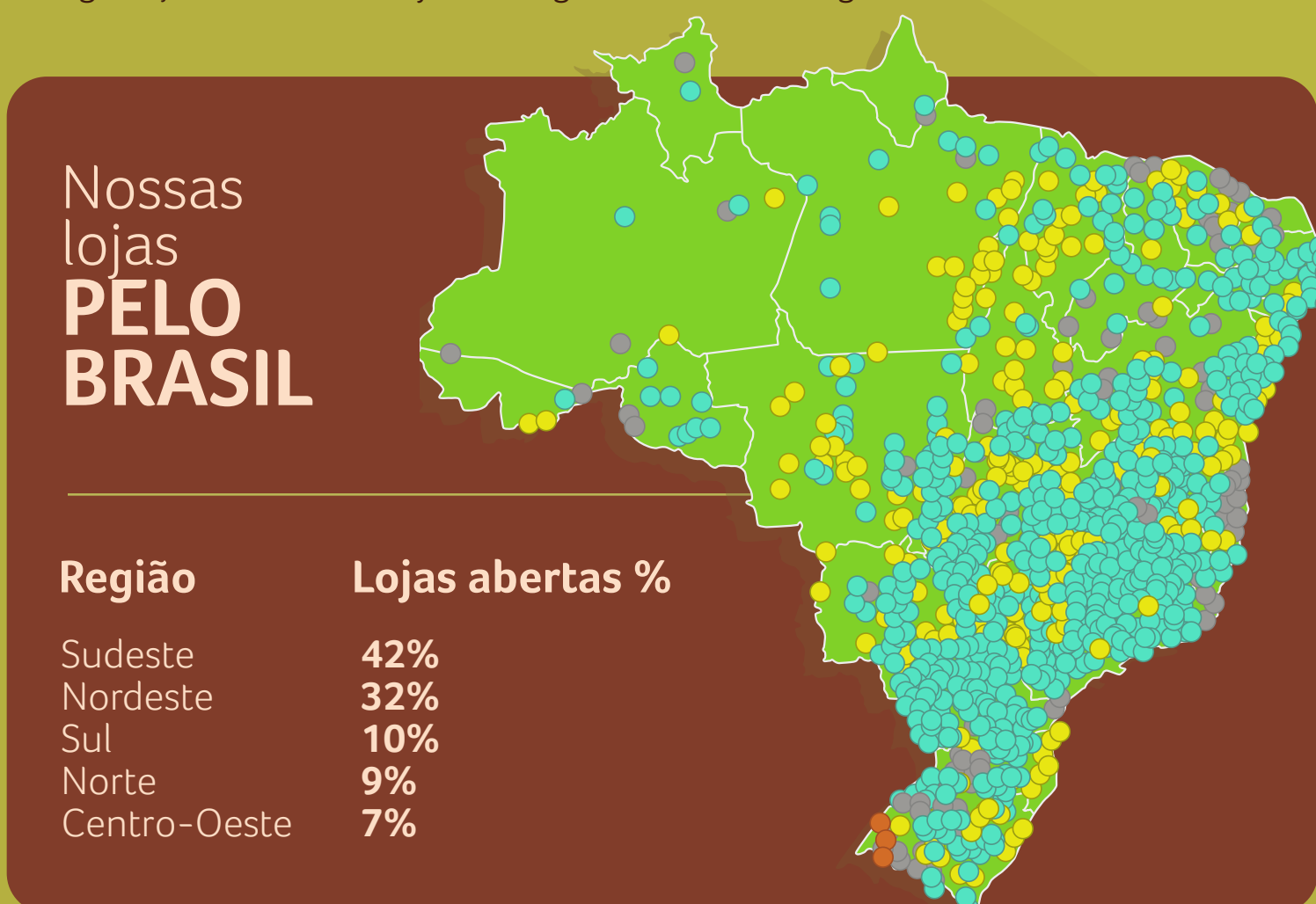


Presença de Mercado, Governança e Expansão

GRI 2-6 | 2-29

Encerramos 2025 com presença em **1.719 municípios brasileiros**, totalizando **4.712 lojas** entre unidades próprias e franqueadas, com **210 inaugurações** realizadas ao longo do ano.

A expansão manteve capilaridade nacional, com a distribuição regional das inaugurações de novas lojas configurando-se da seguinte forma:



O Nordeste foi a segunda região com maior número de inaugurações, representando 32% do total. Norte e Nordeste, juntos, somaram 41% das novas unidades, reforçando o direcionamento estratégico para mercados em expansão.

O ano de 2025 foi marcado pelo início de um processo estruturado de consolidação da rede, com estímulo ao modelo multifranqueado como alavanca de fortalecimento da governança e da sustentabilidade do negócio no longo prazo. A estratégia prioriza grupos com maior maturidade operacional, promovendo ganhos de escala, padronização, eficiência na gestão e maior resiliência financeira da rede. Os indicadores do período refletem esse direcionamento estratégico: **47% das novas unidades foram inauguradas por franqueados atuais**, evidenciando a expansão orgânica e o fortalecimento de parceiros já integrados à cultura e aos padrões operacionais da companhia. Ao mesmo tempo, **45% das lojas foram abertas por novos franqueados**, reforçando a atratividade e a competitividade do modelo de franquias. As lojas próprias representaram **9% das inaugurações no ano**, mantendo o equilíbrio estratégico do portfólio. Adicionalmente, **41% das novas unidades foram implementadas no formato modular**, modelo que amplia a capilaridade com menor intensidade de capital, maior flexibilidade operacional e adaptação a diferentes contextos de mercado, contribuindo para a eficiência econômica e a expansão sustentável da rede.

Nesse contexto, **a expansão permanece como um dos pilares estratégicos da companhia**, não apenas sob a ótica do crescimento numérico, mas como um movimento orientado por dados, geolocalização estratégica e análise criteriosa de viabilidade operacional. O foco está na ocupação qualificada de mercados com potencial de consumo e na consolidação da presença nacional, equilibrando crescimento, sustentabilidade financeira e fortalecimento da rede. Assim, a companhia avança combinando capilaridade territorial, consolidação de multifranqueados, crescimento em regiões estratégicas e aprimoramento contínuo da governança da rede, reforçando um modelo de expansão estruturado, resiliente e orientado à geração de valor no longo prazo.

Expansão internacional

No último período, a Cacau Show ampliou de forma consistente sua operação nos Estados Unidos, alcançando aproximadamente **150 pontos de comercialização ativos**. Desses, cerca de 60 contam com mobiliário expositivo dedicado, desenvolvido para fortalecer a presença da marca no ponto de venda, assegurar padronização na apresentação dos produtos e elevar a experiência do consumidor.

A empresa também avançou em sua capilaridade geográfica, expandindo a atuação para novos estados e cidades nas regiões mais ocidentais do país. Esse movimento ampliou a representatividade da operação até a Costa Oeste, promovendo uma distribuição territorial mais equilibrada e estratégica.

Como parte da agenda de eficiência e adaptação ao mercado local, foi realizado um refinamento do portfólio de marcas e produtos, com curadoria orientada ao perfil de consumo dos clientes atendidos. A adequação do mix contribuiu para maior fluidez comercial, melhor giro de estoque e evolução do desempenho operacional.

O conjunto dessas iniciativas resultou em um crescimento de 69% no período, evidenciando a consistência de uma estratégia pautada por expansão gradual, aprimoramento contínuo da operação e construção de parcerias de longo prazo.

A atuação internacional permanece orientada por princípios de crescimento responsável, governança estruturada e adaptação às especificidades locais, reforçando o compromisso da companhia com a geração de valor sustentável, a perenidade do negócio e a entrega de experiências memoráveis nos mercados em que atua.



Destques ASC



Ambiental

01

Recertificação Rainforest Alliance
(3º ano consecutivo)

Manutenção da **certificação internacional da cadeia de suprimentos de cacau**, reforçando práticas de rastreabilidade, conservação ambiental e responsabilidade socioambiental;

02

Recertificação Green Key – Bendito Cacao Resort & Spa
(2º ano consecutivo)

Reconhecimento internacional de excelência em **gestão ambiental** no setor de hospitalidade;

03

Aterro Zero – Complexo Industrial de Itapevi

Destinação de **100% dos resíduos industriais** para **reciclagem**, coprocessamento ou reaproveitamento, eliminando envio para aterros sanitários;

04

Ampliação do uso de energia renovável
(Mercado Livre de Energia)

Aquisição de **energia renováveis**, contribuindo para a redução da pegada de carbono das operações;

05

Aquisição de I-RECs – Bendito Cacao Resort & Spa

Certificação internacional de energia renovável, assegurando rastreabilidade e compensação das emissões associadas ao consumo energético da unidade;

06

Programa Green Kitchen (PIN 4) – Bendito Cacao Resort & Spa

Implementação de práticas estruturadas para **redução de desperdício, eficiência no uso de insumos e gestão sustentável** na operação gastronômica;

07

Ganho de produtividade sustentável na fazenda própria

Aumento de 25% na produtividade média por planta (de 1,4 kg para 1,8 kg), resultado de técnicas agrícolas sustentáveis, como manejo adequado e podas técnicas, demonstrando que eficiência produtiva e responsabilidade ambiental podem caminhar juntas;

08

Reconhecimento Food To Save 2025

Destaque nacional como uma das marcas que mais contribuíram para o combate ao desperdício de alimentos no Brasil, com o recebimento do prêmio **“Loja que Mais Salvou Alimentos em 2025”**;

09

Inauguração da primeira loja-conceito sustentável- Shopping Pátio Higienópolis

Integração de **soluções tecnológicas** para eficiência operacional no varejo, com foco em inovação, experiência do consumidor e otimização de recursos.



Destques ASC



Social

01

Selo do Amigo Autista

Certificação concedida aos hotéis **Bendito Cacao (Campos do Jordão e Águas de Lindóia)** e à loja **Hiper Store Itapevi**, reconhecendo iniciativas de inclusão, capacitação de equipes e adequação de atendimento para pessoas com **Transtorno do Espectro Autista (TEA)**, reforçando o compromisso com acessibilidade e hospitalidade inclusiva;

02

Diversidade e Inclusão

Estrutura organizacional composta por **61% de mulheres e 39% de homens**, refletindo o compromisso com equidade de oportunidades e valorização de talentos;

03

Desenvolvimento e capacitação

Ao longo do ano, **1.224 colaboradores** participaram de programas de treinamento, totalizando mais de **322 mil capacitações** concluídas, fortalecendo competências técnicas, comportamentais e de liderança;

04

Reconhecimento e mobilidade interna

Foram realizadas **771 promoções internas**, além de **2.488 reconhecimentos por mérito**, evidenciando a valorização do desempenho, da cultura de alta performance e do crescimento profissional dentro da organização;

05

Investimento social privado (Lovers pela Causa)

14 organizações sociais apoiadas por meio do programa, ampliando o impacto positivo nas comunidades e fortalecendo iniciativas nas áreas de educação, assistência social e desenvolvimento comunitário;

06

Ampliação do impacto social estruturado

Inauguração do **Instituto em Itu** e da **Escola de Música**, consolidando a atuação social da companhia com foco em formação, inclusão e geração de oportunidades para crianças e jovens.



Governança

01

Atualização da Política Integrada de Qualidade, Segurança dos Alimentos, Meio Ambiente, Saúde e Segurança Ocupacional

Revisão e fortalecimento das diretrizes corporativas, incorporando **melhorias nos controles internos**, na **gestão de riscos operacionais** e no **alinhamento às melhores práticas regulatórias e normativas**. A atualização reforça o compromisso da companhia com excelência operacional, conformidade, prevenção de riscos e melhoria contínua em todas as unidades e processos.



© Ambiental

Acervo de fotos Cacau Show



Gestão dos Temas Materiais

CRI 3-3

A Cacau Show adota uma gestão estruturada e integrada dos temas materiais do pilar ambiental, alinhando a geração de valor sustentável à administração responsável de seus impactos sobre o clima, os recursos naturais e os ecossistemas. Com base no processo de materialidade e na escuta de *stakeholders*, priorizamos temas como mudanças climáticas, energia, gestão de resíduos, economia circular e conservação ambiental. A governança ambiental está incorporada à estratégia corporativa e é acompanhada pela alta liderança por meio de indicadores e avaliações periódicas. Esse modelo assegura a gestão preventiva de riscos e oportunidades, fortalecendo a resiliência da companhia diante de desafios regulatórios, climáticos e de mercado.

A gestão climática contempla o inventário de emissões de GEE nos escopos 1, 2 e 3, orientando ações de mitigação focadas em eficiência energética, uso de fontes renováveis, inovação logística e economia circular. A ampliação da energia renovável, a frota elétrica para distribuição urbana e estudos de remoções agrícolas demonstram a integração entre mensuração técnica e implementação prática. Bem como, no campo energético, a migração para o mercado livre, a aquisição de energia incentivada e a compra de certificados internacionais reforçam o compromisso com a descarbonização e a consolidação de uma matriz mais limpa.

Quanto aos resíduos, adota a hierarquia de gestão com monitoramento contínuo e iniciativas como destinação zero para aterro na principal unidade industrial, fortalecimento da logística reversa e compensação estruturada de embalagens, promovendo a circularidade ao longo da cadeia de valor.

A atuação ambiental também se estende à inovação no varejo e à hospitalidade sustentável, incorporando soluções de eficiência energética, redução de insumos e práticas de conservação da biodiversidade no Bendito Cacao Resort & Spa. A efetividade dessas iniciativas é monitorada por meio de indicadores, auditorias e revisões periódicas, garantindo a implementação de melhorias contínuas e o aprimoramento dos processos. Dessa forma, a Cacau Show consolidou uma gestão ambiental pautada em governança sólida, critérios técnicos reconhecidos e visão de longo prazo, alinhada à transição para uma economia de baixo carbono e ao uso responsável dos recursos naturais.



Acervo de fotos Cacau Show.



Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)

CRI 305-1 | 305-2 | 305-3

A gestão climática permanece como um eixo estruturante da nossa estratégia de sustentabilidade. Ao longo do último ciclo, consolidamos avanços relevantes na mensuração e no monitoramento das emissões de gases de efeito estufa (GEE), fortalecendo a governança sobre o tema e ampliando a integração das informações climáticas à tomada de decisão. Nosso compromisso vai além da mensuração: buscamos continuamente qualificar dados, identificar oportunidades de redução e promover eficiência operacional.

Desde o início da contabilização das emissões corporativas, abrangendo os escopos 1, 2 e 3, temos evoluído na maturidade do inventário, com aprimoramentos metodológicos e maior aprofundamento nas categorias mais representativas para o nosso modelo de negócio. O processo de coleta e consolidação de informações tornou-se mais estruturado, permitindo análises periódicas de desempenho e maior previsibilidade na gestão dos impactos.

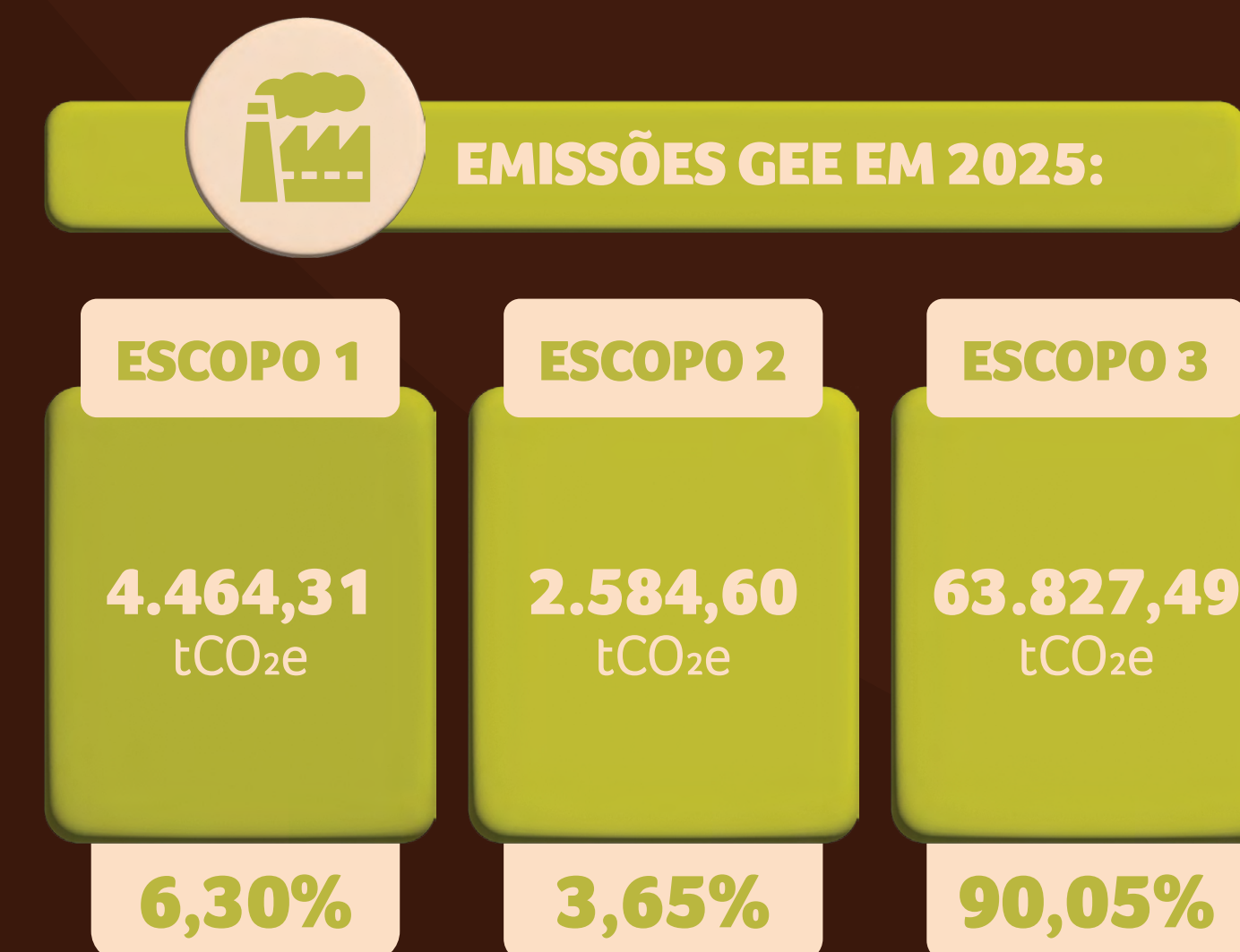
Em 2025, as emissões totais diretas e indiretas da companhia totalizaram **70.876,40 tCO₂e**, considerando os escopos 1, 2 e 3. Em comparação ao ano anterior, observamos uma redução no volume total de emissões, especialmente no escopo 3. É importante destacar que essa variação está relacionada principalmente aos desafios no rastreamento de dados da cadeia de valor. Algumas categorias ainda não possuem informações consolidadas e, portanto, não foram contabilizadas no período, refletindo um ponto de atenção no processo de aprimoramento contínuo do inventário.

Para uma organização em constante expansão, a mensuração de emissões indiretas, especialmente aquelas associadas à cadeia de valor exige atualização permanente de premissas, bases de cálculo e engajamento de parceiros. Seguimos investindo no refinamento das estimativas do escopo 3, ampliando a rastreabilidade e fortalecendo a qualidade das informações reportadas, com foco

em transparência, consistência metodológica e credibilidade.

Paralelamente à evolução da gestão e da mensuração das emissões, avançamos na implementação de iniciativas concretas voltadas à descarbonização das operações. Desde 2022, contamos com uma **frota elétrica** dedicada à distribuição de produtos acabados que **opera sem emissão de poluentes e gases de efeito estufa durante o uso**, por ser abastecida integralmente por energia elétrica. A iniciativa representa um passo consistente na transição para uma logística de menor impacto ambiental e reforça nosso compromisso com soluções estruturais de longo prazo para a redução das emissões operacionais. O veículo atende, prioritariamente, lojas próprias e franqueadas nas regiões Oeste e Norte da capital de São Paulo, contribuindo diretamente para a redução das emissões no transporte urbano e para a melhoria da qualidade do ar nas áreas atendidas. A iniciativa reforça nosso compromisso com a inovação logística e com a transição para uma matriz de mobilidade mais limpa e eficiente.

Desse modo, mantemos como prioridade a busca por soluções de menor impacto ambiental, com destaque para iniciativas voltadas à eficiência energética, inovação tecnológica e logística sustentável, reforçando nosso compromisso com a transição para uma economia de baixo carbono.





Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)

GRI 305-1 | 305-2 | 305-3

Compensação ambiental e economia circular

Nossa estratégia climática está diretamente conectada ao fortalecimento da economia circular como instrumento de mitigação das emissões indiretas da cadeia de valor. Por meio da **parceria** com a **Eu Reciclo**, viabilizamos, até o momento, a destinação correta para reciclagem um volume de embalagens equivalente a **6.712 carros populares¹**, um marco expressivo que evidencia a escala e a consistência da iniciativa. Essa compensação ambiental resultou na **estimativa de 12.935,54 toneladas de CO₂ potencialmente evitadas²**, considerando a redução de emissões associadas à substituição de matéria-prima virgem, à economia de energia nos processos produtivos e à mitigação de impactos relacionados à disposição inadequada de resíduos.

Mais do que compensar, essa iniciativa estrutura uma cadeia de valor mais resiliente e inclusiva, ao fomentar cooperativas e operadores de reciclagem, impulsionar a rastreabilidade dos materiais e contribuir para a transição de um modelo linear para um modelo regenerativo. Ao atuar diretamente sobre emissões do escopo 3, ampliamos nosso impacto positivo além dos limites operacionais da companhia, reforçando nosso compromisso com soluções sistêmicas e de longo prazo para a agenda climática.

Estudo de remoções – Fazenda Dedo de Deus

Em 2025, demos sequência ao projeto iniciado em 2024, no qual realizamos a mensuração das remoções de CO₂ biogênico associadas ao cultivo de cacau na Fazenda Dedo de Deus. O estudo considera tanto as mudanças no uso da terra quanto o crescimento das áreas de plantio, ampliando a com-

preensão sobre o potencial de remoção agrícola no contexto do nosso inventário corporativo.

O estudo apontou a remoção de **183 tCO₂e** em 2025, evidenciando a contribuição das áreas produtivas para o balanço climático da companhia.

Histórico de remoções:

2022: **549 tCO₂e**

2023: **232 tCO₂e**

2024: **204 tCO₂e**

2025: **183 tCO₂e**

A redução gradual registrada ao longo dos últimos anos está associada à própria dinâmica biológica das áreas agrícolas já consolidadas. À medida que as plantações avançam em seu estágio de desenvolvimento, o ritmo de sequestro de carbono tende a se estabilizar, refletindo um comportamento esperado dentro do ciclo produtivo do cacau. Essa leitura técnica é fundamental para garantir uma análise consistente das remoções ao longo do tempo e reforça a importância do monitoramento contínuo das áreas cultivadas.

O cálculo das emissões e remoções é realizado em conformidade com as diretrizes do **Programa Brasileiro GHG Protocol**, seguindo os requisitos da norma **ABNT NBR ISO 14.064** e alinhado ao indicador GRI 305 – Emissões. Esse rigor metodológico assegura transparência, comparabilidade e credibilidade às informações reportadas, além de fortalecer a governança climática da companhia.

Dessa forma, reafirmamos o nosso compromisso com a evolução permanente da gestão de carbono, investindo na qualificação dos dados, no aprimoramento da rastreabilidade da cadeia de valor e na integração estruturada das estratégias de mitigação, compensação e remoção. Acreditamos que uma gestão climática robusta, baseada em critérios técnicos reconhecidos internacionalmente, é determinante para reduzir impactos, gerar valor sustentável e consolidar nossa trajetória rumo a uma economia de baixo carbono.

1. Um carro popular pesa, em média, 1 tonelada.

2. Estimativa de carbono potencialmente evitado com a compensação ambiental realizada.

Energia

GRI 302-1

A **gestão responsável da energia** é um elemento central na evolução do nosso modelo de negócio, especialmente em um cenário de expansão operacional e aumento da complexidade produtiva. À medida que ampliamos nossa presença e fortalecemos nossas operações industriais, logísticas e comerciais, reforçamos também o compromisso com uma matriz energética mais sustentável, entendendo que escolhas relacionadas à fonte de energia impactam diretamente nossa estratégia climática e a redução das emissões de gases de efeito estufa.

Mantendo a narrativa construída nos últimos anos, seguimos **fortalecendo nossa parceria com a Alexandria** (lojas próprias e franqueados) e a **Comerc** (indústria e hotéis), que atuam como aliadas estratégicas na viabilização do fornecimento de energia renovável no mercado livre. Em 2025, o **programa de migração para energia limpa** ganhou escala e passou a incorporar, de forma estruturada, nossas lojas próprias. Embora todas as unidades próprias façam parte da iniciativa, até dezembro de 2025, aproximadamente 47 lojas já haviam sido efetivamente migradas para a modalidade de energia incentivada no mercado livre, passando a operar integralmente dentro desse modelo. A previsão é ampliar gradualmente essa absorção ao longo do próximo ano, consolidando um movimento que ganhou tração e maturidade no período e reforçando, de forma consistente, nosso compromisso com a transição energética e a redução das emissões de gases de efeito estufa associadas ao consumo de energia elétrica (escopo 2).

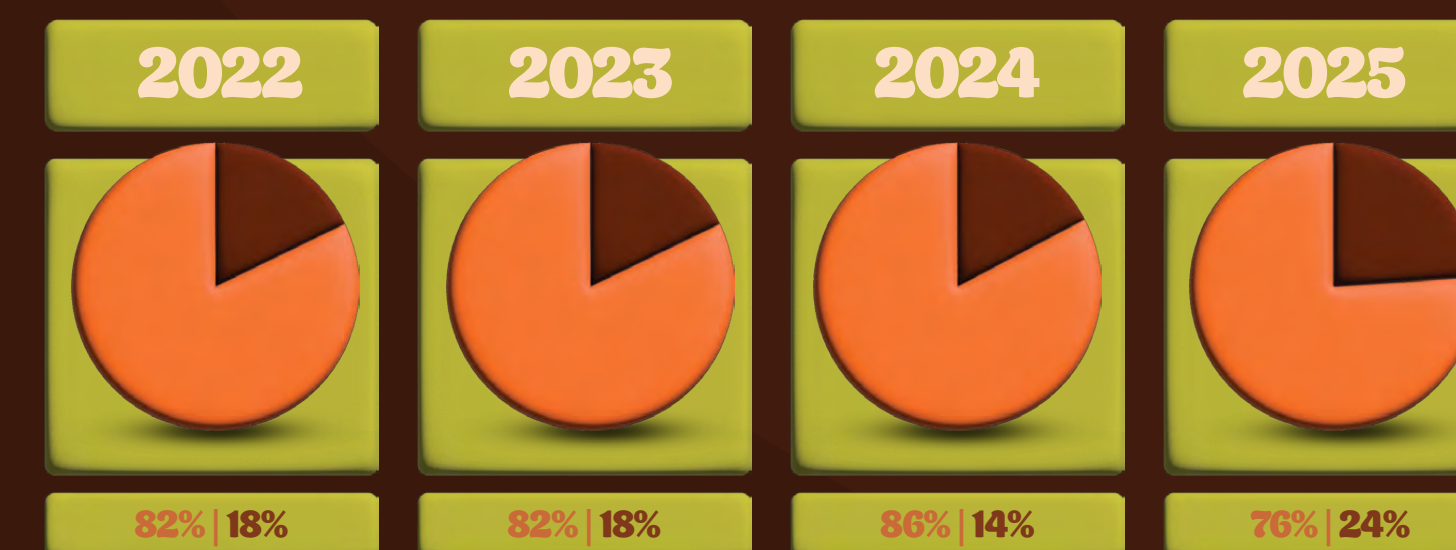
No âmbito industrial, a unidade de **Linhares** e os **hotéis de Campos do Jordão e Águas de Lindóia** operaram com **100% de energia elétrica proveniente de fontes renováveis**, resultando em emissões zero de escopo 2 na abordagem *market-based*. Embora esse avanço represente um passo relevante na descarbonização do consumo de eletricidade, a companhia ainda registra emissões associadas às demais unidades fabris, como Itapevi e a fábrica de Campos do

Jordão, que não operaram com 100% de energia renovável no período. Permanecem, ainda, as emissões decorrentes do consumo de combustíveis fósseis (escopo 1) e das demais categorias do escopo 3, evidenciando oportunidades adicionais para a ampliação da transição energética e a redução da pegada de carbono corporativa.

Em complemento ao avanço registrado no âmbito industrial, no **setor de hotelaria** fortalecemos nossa estratégia de descarbonização com a **aquisição de certificados internacionais de energia renovável (I-REC) para o Bendito Cacao Resort & Spa, em Campos do Jordão**. A partir de 2024, foram contratados **1.192 I-RECs anuais**, provenientes de fonte eólica (I-REC Standard) até 2024 e de fonte solar a partir de 2025, para o período de 2024 a 2028 assegurando a rastreabilidade e a comprovação do consumo de energia renovável da unidade. Essa iniciativa está diretamente alinhada à estratégia de zerar as emissões de escopo 2 na abordagem *market-based* nas operações que já funcionam com eletricidade renovável contratada, fortalecendo a governança climática do empreendimento e ampliando a transparência e a robustez metodológica na gestão das emissões associadas ao consumo de eletricidade.

A combinação entre migração ao mercado livre, aquisição de energia incentivada e compra de certificados de energia renovável demonstra nossa atuação integrada, da indústria à hospitalidade, chegando às lojas próprias promovendo eficiência operacional, previsibilidade de custos e redução de emissões. Desse modo, encerramos o ciclo de 2025 com avanços concretos na consolidação de uma matriz energética mais limpa e estruturada, fortalecendo a governança sobre o consumo de energia e ampliando o impacto positivo da nossa estratégia climática. O direcionamento para os próximos anos é expandir gradualmente o alcance do programa de energia renovável, aprofundando a integração das unidades e contribuindo de forma consistente para a transição energética no setor.

Matriz energética:



● Energia renovável | ● Energia não renovável

Energia renovável e não renovável:

1- A redução de 10% na participação de energia renovável em 2025, em comparação a 2024, está associada ao aumento do consumo de fontes não renováveis, impulsionado pela intensificação das operações industriais durante os períodos sazonais de maior produção. Destaca-se que na unidade de Linhares, 2025 marcou a primeira campanha de produção de panetones realizada internamente anteriormente terceirizada — o que elevou o consumo de gás natural no período. Adicionalmente, houve aumento do consumo na unidade de Itapevi e maior volume de viagens corporativas. A variação reflete, portanto, a expansão operacional no ano, e não a descontinuidade do uso de fontes renováveis.

Energia elétrica e emissões de escopo 2:

2- 100% da energia elétrica consumida na unidade industrial de Linhares e nos hotéis de Águas de Lindóia e Campos do Jordão é proveniente de fontes renováveis, por meio de contratação no mercado livre e aquisição de I-RECs, resultando em emissões zero de escopo 2 na abordagem *market-based* para essas unidades. Ressalta-se que as unidades industriais de Itapevi e a fábrica de Campos do Jordão, embora incluídas no inventário corporativo, não operaram com 100% de energia elétrica renovável contratada no período, mantendo a contabilização das emissões de escopo 2 conforme o fator de emissão aplicável.



Gestão de Resíduos

CRI 203-2 | 306-1 | 306-2 | 413-1

A geração de resíduos está diretamente relacionada ao uso de recursos naturais, às emissões associadas à disposição final e aos possíveis passivos ambientais decorrentes do descarte inadequado. Por isso, adotamos uma abordagem estruturada de prevenção, redução, reutilização, reciclagem e valorização, alinhada às melhores práticas de mercado e aos princípios da economia circular.

Nossa estratégia contempla a identificação e o monitoramento dos fluxos de resíduos, a definição de diretrizes internas, o engajamento de fornecedores e parceiros especializados, além do acompanhamento periódico de indicadores de desempenho. A alta liderança acompanha o tema por meio de metas operacionais e análises regulares, assegurando que riscos e oportunidades relacionados à gestão de resíduos sejam avaliados e tratados de forma integrada à estratégia do negócio.

Toda a operação da planta de Itapevi, incluindo a Hiper Store e os escritórios administrativos, mantém o compromisso de destinar **zero resíduos para aterros sanitários**, prática adotada pela companhia **desde 2022**. Isso significa que todos os resíduos gerados em nossa maior unidade produtiva seguem para alternativas ambientalmente adequadas, priorizando reciclagem, reaproveitamento e valorização. Esse resultado é fruto de um trabalho contínuo, que envolve a avaliação permanente de fornecedores e parceiros estratégicos, a busca por soluções tecnológicas mais sustentáveis e a capacitação constante das equipes quanto às melhores práticas ambientais. Mantemos, ainda, um controle mensal rigoroso sobre a geração e a destinação de cada tipo de resíduo, garantindo rastreabilidade, conformidade e transparência.

Em 2025, a maior parte dos resíduos gerados na **planta de Itapevi** continuou sendo **destinada à reciclagem**. Os materiais recicláveis são segregados por parceiro especializado e encaminhados para diferentes processos de reaproveitamento, sendo reinseridos em cadeias produtivas diversas e contribuindo para

o fortalecimento da economia circular.

Os resíduos de plástico e papel/papelão encaminhados à reciclagem são direcionados a processos industriais que possibilitam sua reinserção qualificada em diferentes cadeias produtivas, **fortalecendo nossa estratégia de economia circular**. Após as etapas de triagem e beneficiamento, o plástico retorna ao mercado como matéria-prima para novas embalagens, mobiliário, componentes industriais e aplicações em infraestrutura, ampliando seu ciclo de vida e reduzindo a pressão sobre recursos naturais. O papel e o papelão, por sua vez, são reaproveitados na fabricação de novas embalagens e produtos gráficos, promovendo a circularidade dos materiais e contribuindo diretamente para a diminuição da extração de insumos virgens. Essa dinâmica não apenas reduz impactos ambientais associados à produção, como também reforça nosso compromisso com a melhoria contínua do desempenho na gestão de resíduos e com a geração de valor ambiental ao longo de toda a cadeia.

Para além da reciclagem, ampliamos nossa atuação por meio de soluções de **valorização de resíduos orgânicos**, assegurando que subprodutos do processo produtivo sejam reinseridos de forma responsável em novos ciclos de aproveitamento. As aparas de chocolate são destinadas à produção de ração animal, evitando desperdícios e promovendo o uso integral dos recursos. Já os resíduos alimentares gerados no restaurante industrial são encaminhados ao biodigestor da Estação de Tratamento de Efluentes (ETE), contribuindo para a degradação da matéria orgânica e para a maior eficiência do sistema. Com essas iniciativas, reforçamos nosso compromisso com a redução de impactos ambientais, a otimização de recursos e a consolidação de práticas cada vez mais sustentáveis em nossas operações.

Economia circular e compensação de embalagens

A **gestão de resíduos** vai além dos limites das nossas operações industriais e se estende ao ciclo completo das embalagens após o consumo. Reconhecemos que a responsabilidade pelo impacto ambiental é compartilhada e, por

isso, estruturamos ações que garantem que os materiais colocados no mercado tenham destinação adequada e retorno à cadeia produtiva.

Nesse contexto, reforçando o que já destacamos no tema de emissões: a parceria com a **Eu Reciclo** permanece como um dos pilares estruturantes da nossa estratégia, com impacto direto também na gestão de resíduos e no fortalecimento da economia circular. Por meio de uma plataforma tecnológica que assegura rastreabilidade, transparência e validação dos processos de reciclagem, a **Eu Reciclo viabiliza a compensação ambiental das embalagens**, fortalecendo a logística reversa e contribuindo diretamente para o desenvolvimento da cadeia de reciclagem no país. Mais do que atender a requisitos legais, essa parceria amplia nosso impacto socioambiental positivo ao direcionar recursos às cooperativas e operadores responsáveis pela triagem e reaproveitamento dos materiais

Entre 2024 e 2025, os resultados consolidados evidenciam a evolução desse compromisso na compensação das embalagens colocadas no mercado:



• **Alumínio:** 22,5% da massa compensada;

• **Papel:** 63% da massa compensada;

• **Plástico:** 24,4% da massa compensada;

• **Vidro:** 16,1% da massa compensada.

Esses avanços reforçam a importância de parcerias estratégicas para impulsionar a circularidade dos materiais, reduzir a destinação inadequada de resíduos e promover uma cadeia de valor mais inclusiva e resiliente.

Gestão de Resíduos

CRI 203-2 | 306-1 | 306-2 | 413-1

A compensação de embalagens também gera impactos sociais relevantes, especialmente para os catadores, operadores de reciclagem e cooperativas que atuam na base da cadeia. Ao todo, **28 organizações** foram diretamente beneficiadas no período analisado. Foram destinados **R\$ 162.990,51** à rede de parceiros envolvidos, recursos que contribuirão para o fortalecimento das estruturas operacionais, ampliação da capacidade de triagem e melhoria das condições de trabalho. Esse investimento promove maior eficiência, segurança e geração de renda, reforçando a reciclagem como ferramenta de inclusão produtiva e desenvolvimento socioeconômico. Sob a perspectiva ambiental, a compensação também desempenhou papel significativo na redução de impactos, com **2.600,77 toneladas de resíduos desviadas de aterros sanitários**. Esse resultado contribui para a ampliação da vida útil dessas áreas, além de mitigar emissões e passivos ambientais associados ao descarte inadequado, fortalecendo nossa estratégia de economia circular e responsabilidade compartilhada.

Ao longo da parceria com a Eu Reciclo, consolidamos uma atuação estruturada que amplia nosso impacto positivo tanto no meio ambiente quanto nas comunidades envolvidas na cadeia da reciclagem. Os resultados alcançados evidenciam que a responsabilidade socioambiental, quando incorporada à estratégia do negócio, gera valor compartilhado, fortalece a inclusão produtiva e contribui de forma concreta para a circularidade dos materiais. Desse modo, essa abordagem integrada que combina gestão interna eficiente, articulação com parceiros estratégicos e investimento na cadeia de reciclagem reafirma nosso compromisso com a economia circular e com a responsabilidade compartilhada. Seguimos avançando na construção de um modelo de negócios cada vez mais sustentável, resiliente e alinhado às melhores práticas ESG.

Food to Save

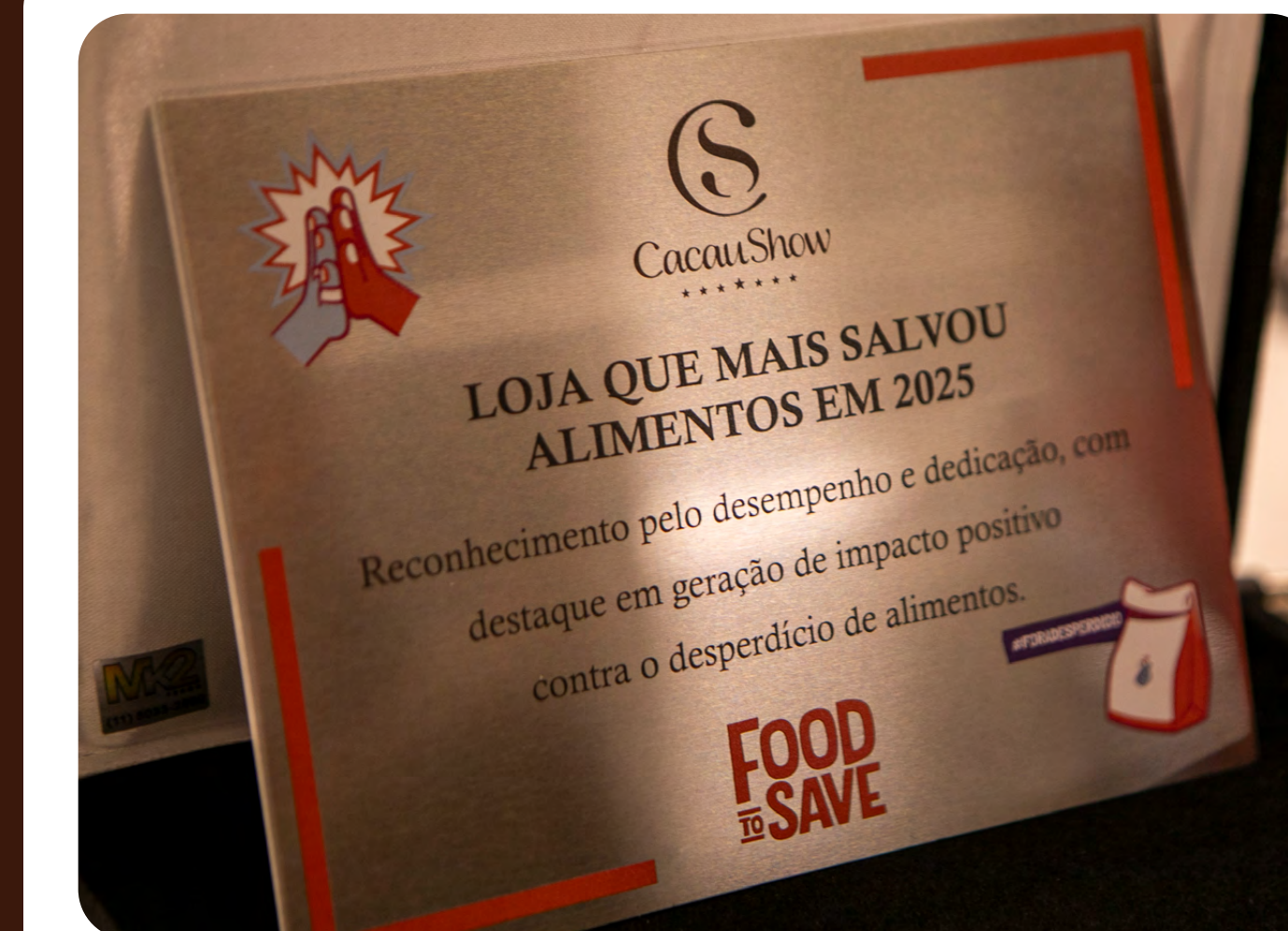
A parceria com a **Food to Save** segue como uma iniciativa no combate ao desperdício de alimentos e na promoção do consumo consciente. Ao integrar a plataforma, ampliamos nosso compromisso com a sustentabilidade, dando um novo destino a produtos próprios para consumo que, de outra forma, poderiam ser descartados.

Em 2025, a Cacau Show manteve sua posição de destaque como a parceira que mais resgatou alimentos na plataforma em todo o Brasil, sendo reconhecida com o prêmio “**Loja Que Mais Salvou Alimentos em 2025**”, em função do desempenho alcançado. Ao longo do ano, foram comercializadas mais de **240 mil sacolas-surpresa** por meio do aplicativo, resultado que reforça o engajamento dos consumidores e a consolidação da iniciativa em nossas operações. No período, registramos **R\$ 10.644.905 em faturamento nas vendas de sacolas via loja e R\$ 267.940 nas vendas pelo aplicativo**, totalizando **R\$ 10.912.845**. Em comparação a 2024, esse resultado representa um crescimento aproximado de **5,67%**, evidenciando a consolidação da iniciativa como uma estratégia que alia impacto ambiental positivo e geração de valor para o negócio.

Ao **evitar o desperdício** de chocolates, trufas, tabletes, biscoitos e panetões, fortalecemos um movimento consistente em direção a **práticas de consumo mais responsáveis**. A ação contribui para a redução de resíduos e das emissões associadas ao descarte, ao mesmo tempo em que gera valor compartilhado para o negócio e para os consumidores. Portanto, a consolidação e o avanço dessa parceria demonstram que inovação, eficiência operacional

e responsabilidade socioambiental estão plenamente integradas à nossa estratégia. Continuaremos evoluindo com iniciativas que transformam desafios ambientais em oportunidades de impacto positivo, ampliando resultados sustentáveis e reforçando nossa atuação em prol de um modelo de negócio cada vez mais consciente e resiliente.

Reconhecimento de desempenho





Arquitetura, Experiência e Inovação no Varejo

CRI 203-1

Em continuidade ao processo de modernização da rede, **2025** foi marcado pela **consolidação de iniciativas arquitetônicas** voltadas à atualização estética, eficiência operacional e incorporação de soluções que reforçam a experiência do consumidor. As evoluções envolveram desde a expansão do Projeto Lift, passando pela inauguração de novas operações de grande porte, até o avanço do Projeto Cacau Show do Futuro, que integra design, tecnologia e inteligência de dados.

Projeto Lift: expansão e resultados em 2025

O **Projeto Lift**, concebido como uma solução de reformas de baixo custo para a modernização das lojas mais antigas da rede, tem como objetivo promover atualizações estéticas e funcionais que incorporem princípios de sustentabilidade sem comprometer a viabilidade financeira dos franqueados. Em 2025, a iniciativa continuou priorizando melhorias estéticas e funcionais alinhadas à identidade atual da marca, conciliando sustentabilidade, padronização arquitetônica e viabilidade financeira para franqueados.

Um marco importante do período foi a **expansão do Projeto Lift** para **lojas do modelo Smart**, incorporando elementos dos conceitos mais recentes da rede e garantindo maior consistência visual entre diferentes formatos de operação.

Ao longo do ano, foram realizadas **443 reformas**, resultado da execução de:

- **385 reformas em franquias;**
- **58 reformas em lojas próprias.**

Mesmo diante de desafios operacionais e logísticos típicos de uma rede em expansão, o projeto manteve ritmo expressivo de implementação, contribuindo para ambientes mais contemporâneos, funcionais e alinhados às expectativas do consumidor.

Loja antes da **reforma**



Loja MG Nanuque Centro

Loja depois da **reforma**



Loja MG Nanuque Centro



Expansão de Formatos e Novas Operações

O ano também foi caracterizado pela ampliação de operações em formatos de maior porte e capacidade de experiência. Ao todo, foram abertas **13 novas operações entre Mega e Super Stores**, com destaque para iniciativas que reforçam a estratégia de evolução arquitetônica da marca.

Entre os principais movimentos estão:

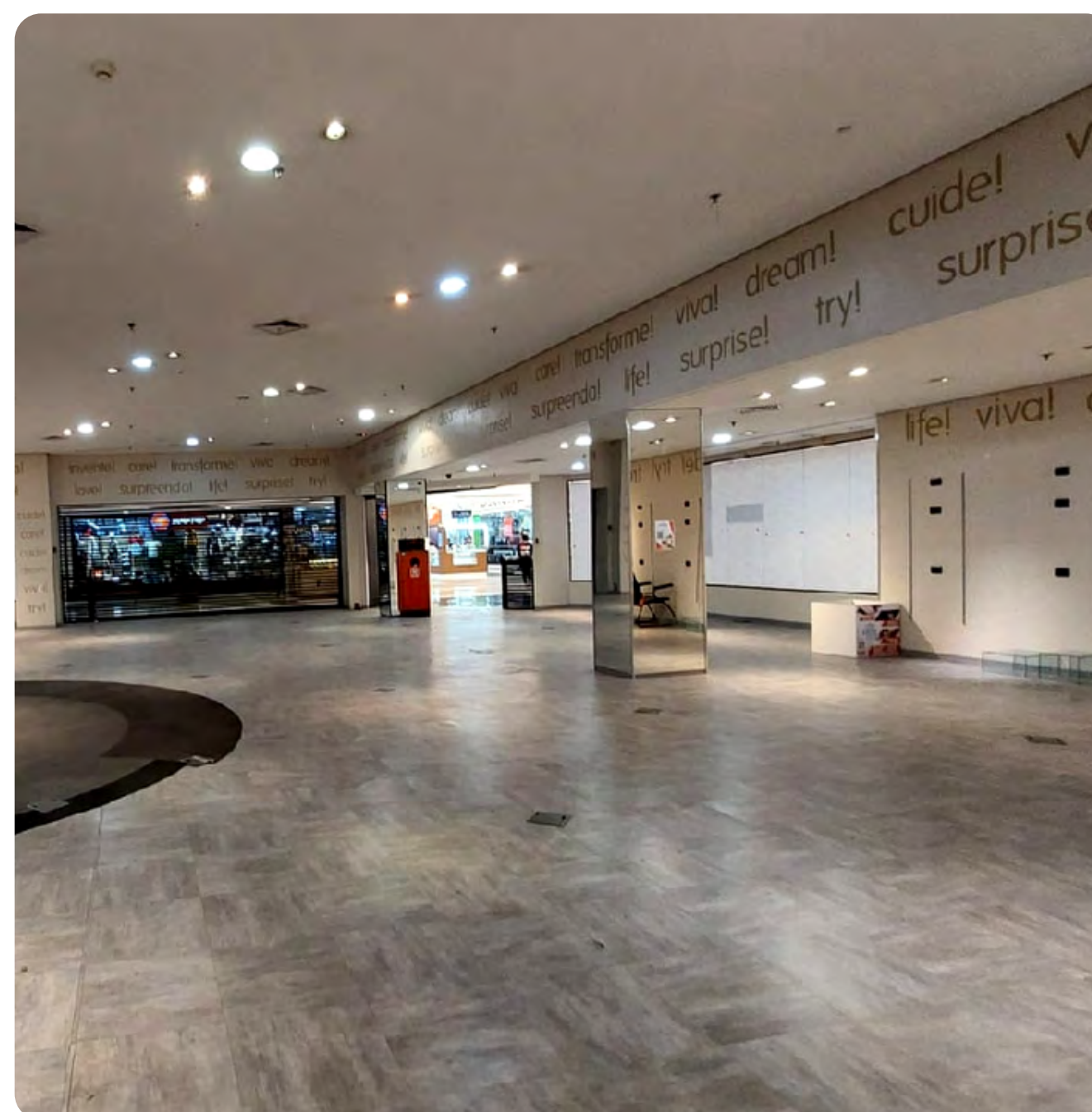
- **Reabertura no Shopping Morumbi (SP)**, com ampliação do espaço e incorporação de painéis de LED e personalizações voltadas ao perfil do público do empreendimento;
- **Ampliação no Shopping Aricanduva (SP)**, onde a antiga operação Super Store foi substituída por uma **Mega Store significativamente maior**, incluindo brinquedos e expansão do portfólio de produtos e serviços;
- **Nova operação em Lucas do Rio Verde (MT)**, configurando a quarta loja de rua neste modelo e a segunda conduzida por franqueado;
- **Inauguração da primeira loja própria neste formato no litoral paulista**, no Shopping Praiaamar, em Santos, fortalecendo a presença da marca em destinos turísticos e ampliando o alcance regional.

Essas iniciativas evidenciam a estratégia de diversificação de formatos e adaptação arquitetônica aos diferentes contextos comerciais, potencializando a atratividade dos pontos de venda e ampliando oportunidades de relacionamento com o consumidor.

Loja SP São Paulo Brigadeiro Luis

Destaque arquitetônico: Mega Store Aricanduva - A inauguração da Mega Store no Shopping Aricanduva (SP), em novembro de 2025, representa um dos principais marcos arquitetônicos do período. A marca já operava no empreendimento com duas lojas, uma Super Store e outra convencional, e, diante do potencial comercial identificado, optou pela abertura de uma operação ampliada, com aproximadamente 540 m² de área construída.

Loja depois da **reforma**



Loja depois da **reforma**



O novo espaço possibilitou expansão significativa do mix de produtos e serviços, elevando o nível de experiência oferecido ao cliente e consolidando o local como um polo relevante de relacionamento com a marca.

Lojas do Futuro: Cacau Lab Laboratório de Experiências e Tecnologia

Em 2024, marcamos presença no **Latam Retail Show**, a convite da Gouvêa Experience, com o Projeto ShopAI, uma loja-conceito que integrou diferentes soluções tecnológicas aplicadas ao varejo. Em **2025**, avançamos nessa jornada com a **implantação da Cacau Lab**, localizada no Shopping Pátio Higienópolis, em São Paulo. A iniciativa dá continuidade ao **Projeto Cacau Show do Futuro** e foi concebida como um ambiente de experimentação para testar, em operação real, soluções apresentadas anteriormente em eventos do setor.

A proposta combina proximidade com o consumidor e exploração de tecnologias capazes de aprimorar a experiência de compra, a eficiência operacional e a tomada de decisão orientada por dados. Entre as soluções implementadas, destacam-se o **uso de mapas de calor e leitura de expressões faciais por inteligência artificial** para compreensão do comportamento dos visitantes; totens com inteligência artificial para coleta estruturada de *feedbacks*; e precificadores digitais que facilitam a gestão e a execução de estratégias promocionais.

Além dos ganhos em experiência e operação, as soluções tecnológicas implementadas também incorporam benefícios associados à sustentabilidade, contribuindo para a eficiência de recursos, o consumo consciente e a redução de impactos ambientais. Nesse contexto, destacam-se:

- **Totens de pesquisa com IA**, que coletam *feedbacks* e permitem ajustes estratégicos sem necessidade de materiais impressos, reduzindo o consumo de papel;
- **Precificadores digitais**, que eliminam etiquetas físicas e reduzem o consumo de insumos associados à precificação;

- **Painéis de LED**, baseados em tecnologia de menor consumo energético, proporcionando experiências imersivas com maior eficiência energética;

- **Mapas de calor e leitura de expressões faciais**, que apoiam a otimização de *layout* e o direcionamento de recursos para áreas de maior fluxo, favorecendo o uso mais eficiente de energia e infraestrutura.

O ambiente apresenta identidade visual inspirada em formas orgânicas, elementos naturais e na fluidez da calda de chocolate, reforçando o acolhimento e a conexão emocional com a marca. O mix de produtos diferenciado e personalizável, aliado à oferta de itens exclusivos de cafeteria, contribui para a criação de uma experiência imersiva e dinâmica.

Dessa forma, a operação da **Cacau Lab** consolida-se como um **ambiente estratégico de experimentação e geração de aprendizados aplicáveis à rede**, fortalecendo a evolução do conceito de lojas do futuro. A iniciativa também impulsiona o aprofundamento das análises provenientes das pesquisas conduzidas com a Kantar, permitindo a priorização de iniciativas de maior impacto nas frentes de sustentabilidade e saudabilidade. Como resultado, avança-se na identificação de soluções com potencial de replicabilidade, contribuindo para o desenvolvimento de lojas cada vez mais integradas, tecnológicas e orientadas por dados, alinhadas às expectativas dos consumidores e ao direcionamento estratégico da companhia.





Um conceito de loja que integra tecnologia, inovação, design e personalidade.

Cacau Show

Acervo de fotos Cacau Show.





Hotelaria Sustentável

CRI 413-1

Quando se fala em hotelaria sustentável, compreende-se a relevância de integrar a excelência da hospitalidade a experiências que promovam consciência ambiental e conexão com a natureza. Localizado em meio à paisagem preservada da Serra da Mantiqueira, o **Bendito Cacao Resort & Spa** consolida sua atuação como referência em hospitalidade responsável por meio da implementação contínua de iniciativas ambientais, educativas e de engajamento de hóspedes e colaboradores. Essas ações refletem o compromisso do empreendimento com a conservação da biodiversidade, a economia circular, a educação ambiental e a melhoria contínua alinhada a certificações reconhecidas do setor.

Em 2025, foram implementadas diversas iniciativas ambientais voltadas ao fortalecimento da biodiversidade e à gestão responsável de recursos. Entre elas destaca-se a instalação de **quatro comedouros para fauna silvestre**, distribuídos em áreas estratégicas do resort, como lavandários, trilhas e espaços ajardinados. A ação contribui para a observação e o suporte alimentar de espécies locais, fortalecendo a interação respeitosa dos visitantes com o ambiente natural. Complementarmente, foi implantado um **projeto piloto de composteira**, permitindo o reaproveitamento de resíduos orgânicos gerados na operação e reforçando práticas de circularidade e redução de impactos ambientais.

O hotel também promove ações de reflorestamento e recuperação ambiental. Em agosto de 2025, foi realizado o **plantio de mudas nativas em parceria com a Novelis**, durante evento que integrou colaboradores e convidados em uma experiência prática de regeneração ambiental, resultando no plantio de **50 mudas** nas áreas do empreendimento. Outro aspecto relevante foi o registro do aparecimento de abelhas nativas no território do resort, evidenciando a qualidade ambiental do local e o equilíbrio ecossistêmico. As colônias identificadas vêm sendo monitoradas e preservadas pela equipe, que adota medidas de cuidado e conscientização, reconhecendo o papel essencial desses polinizadores para a manutenção da biodiversidade.

No campo da educação ambiental e da inovação sustentável, durante o período, destaca-se o **Projeto de Microverdes**, iniciativa originada a partir de trabalho acadêmico de colaboradora e incorporada à operação como prática institucional. O projeto consiste no cultivo de microverdes em sistemas simples e autoirrigáveis, utilizando materiais reutilizados e substratos de baixo impacto ambiental. Inicialmente voltado à sensibilização dos colaboradores sobre alimentação saudável, redução de desperdícios e cultivo em pequenos espaços, o projeto possui expansão planejada para hóspedes, ampliando a experiência sustentável oferecida pelo hotel e contribuindo para o atendimento a critérios de certificações ambientais.

O compromisso do resort com a sustentabilidade é reconhecido por certificações de relevância internacional. O empreendimento mantém a **certificação Green Key**, um dos principais selos ambientais do setor de turismo, que atesta a adoção de práticas responsáveis de gestão de recursos, educação ambiental e redução de impactos.

Adicionalmente, o restaurante do hotel foi certificado pelo programa **Green Kitchen**, alcançando o **PIN 4** já em seu primeiro ciclo de avaliação, com documentação validada e inclusão oficial na plataforma da certificação. O resultado evidencia a maturidade das práticas sustentáveis implementadas e estabelece base para evolução futura nos níveis de reconhecimento do programa.

A trajetória sustentável do hotel foi destacada em reportagem especializada do portal Integridade ESG, que reconheceu o empreendimento como o único hotel da Serra da Mantiqueira detentor da certificação Green Key — conteúdo disponível em:

De forma integrada, as iniciativas implementadas reforçam o posicionamento do Bendito Cacao Resort & Spa como um espaço onde hospitalidade e sustentabilidade caminham juntas. Ao promover conservação ambiental, educação e experiências conscientes, o hotel amplia seu impacto positivo e fortalece a construção de um modelo de hotelaria que gera valor para hóspedes, colaboradores, comunidade e território, contribuindo para a evolução contínua da agenda ESG da Companhia.



Acervo de fotos Cacau Show.



© Social



Gestão dos Temas Materiais

GRI 3-3

A Cacau Show adota uma abordagem estruturada para a gestão dos temas materiais do pilar social, integrando-os à estratégia corporativa, à governança e aos processos de gestão de pessoas e investimento social. Essa atuação contempla temas como desenvolvimento de talentos, remuneração e benefícios, clima organizacional, saúde e segurança, diversidade e inclusão, relações de trabalho, direitos humanos e relacionamento com comunidades.

A condução desses temas é orientada por políticas corporativas, diretrizes institucionais e responsabilidades definidas entre áreas técnicas, Recursos Humanos, Sustentabilidade e lideranças operacionais, com suporte de comitês e fóruns internos que promovem o desdobramento das diretrizes em programas, campanhas e planos de ação ao longo da organização.

No âmbito da gestão de pessoas, a Companhia mantém processos formais para atração, desenvolvimento, reconhecimento e retenção de talentos, além de programas de capacitação e acompanhamento do desempenho organizacional por meio de ciclos estruturados de avaliação, *feedbacks* e planos de desenvolvimento individual. A experiência do colaborador é monitorada por mecanismos de escuta ativa, incluindo pesquisas internas e indicadores de clima e engajamento, que subsidiam a definição de ações de melhoria contínua.

A abordagem social contempla ainda iniciativas de promoção da saúde, segurança e bem-estar, bem como programas de diversidade e inclusão e ações de investimento social privado voltadas ao fortalecimento das comunidades e ao engajamento de colaboradores e clientes em causas sociais.

O desempenho relacionado aos temas materiais é acompanhado por indicadores internos, reportes gerenciais e instâncias de governança, permitindo avaliação contínua, priorização de iniciativas e alinhamento às expectativas das partes interessadas. Essa abordagem assegura coerência entre compromissos públicos, práticas operacionais e geração de valor sustentável no curto, médio e longo prazo.



Nosso Time Show

GRI 2-7 | 2-29 | 203-1

Os colaboradores são protagonistas na concretização da nossa estratégia e na evolução contínua do negócio. Presentes em escritórios, unidades fabris, centros de distribuição, fazenda, lojas próprias e franquias, além de hotéis e parques, mais de 22 mil pessoas contribuem diariamente para transformar nosso propósito em experiências de sabor, felicidade e conexão com os consumidores.

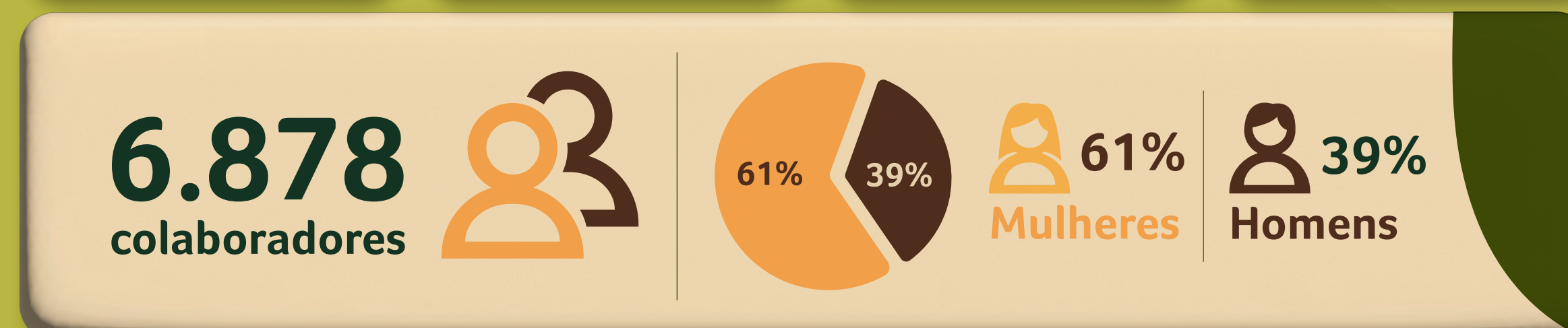
O crescimento sustentável da Companhia está diretamente associado ao talento, ao engajamento e à diversidade de competências desse time, que atua de forma integrada ao longo de toda a cadeia de valor, desde a seleção e produção das matérias-primas até a entrega de experiências memoráveis em mais de **4.700** lojas em todo o país. Nos empreendimentos de hospitalidade e entretenimento, os colaboradores também desempenham papel essencial na criação de vivências diferenciadas, fortalecendo nosso posicionamento como referência em experiências.

Reconhecendo que as pessoas são um dos pilares centrais para a perenidade do negócio, mantemos uma agenda estruturada de iniciativas voltadas à atração, ao desenvolvimento e à retenção de talentos, bem como à promoção de um ambiente de trabalho seguro, inclusivo e saudável. Essa agenda contempla programas de capacitação contínua, ações de saúde e bem-estar, mecanismos de reconhecimento e estra-

tégias de comunicação interna que estimulam o diálogo, a colaboração e o senso de pertencimento. Como elemento transversal a todas essas iniciativas, destaca-se a **Cultura Cacau Show**, que orienta comportamentos, fortalece a identidade organizacional e inspira nossos colaboradores a atuarem de forma alinhada ao propósito, aos valores e à estratégia da Companhia.

Em paralelo, avançamos na consolidação de práticas que ampliam oportunidades de crescimento profissional e mobilidade interna, reforçando a valorização do potencial dos colaboradores e contribuindo para o fortalecimento das lideranças do futuro. Também buscamos potencializar o engajamento dos colaboradores, contribuindo para o fortalecimento das lideranças do futuro, além de desenvolvermos e ampliarmos parcerias com organizações da sociedade civil e projetos sociais diversos, apoiando iniciativas voltadas ao cuidado com pessoas, crianças e outras demandas comunitárias, gerando impacto positivo nas comunidades onde atuamos.

Nossas práticas de gestão de pessoas são orientadas pelo respeito aos direitos humanos, pela conformidade com a legislação aplicável e pelo compromisso com relações de trabalho éticas e transparentes. Dessa forma, seguimos fortalecendo uma cultura organizacional baseada na confiança, no desenvolvimento contínuo e na corresponsabilidade, elementos que sustentam a execução da estratégia e a geração de valor no longo prazo.



Um time diverso, talentoso e que segue nosso propósito com garra, união e alegria.



Acervo de fotos Cacau Show.



Remuneração e Benefícios

GRI 2-19 | 2-20 | 401-2 | 403-6

A gestão de remuneração e benefícios desempenha papel estratégico na atração, engajamento e retenção de talentos, contribuindo para a valorização das pessoas e para a sustentabilidade do negócio. Em 2025, a área de Remuneração consolidou a centralização dos dados relacionados a pessoas, remuneração e benefícios, fortalecendo a governança das informações e ampliando a rastreabilidade das evidências utilizadas nos reportes corporativos.

Atuação da área de Remuneração

A área é responsável por conduzir e operacionalizar processos relacionados à gestão salarial e movimentações de carreira, assegurando alinhamento com a estratégia organizacional e com as diretrizes orçamentárias. Entre suas principais frentes de atuação destacam-se:

- Gestão do ciclo salarial anual e revisão de estruturas de remuneração;
- Abertura e enquadramento salarial de vagas, considerando substituições ou expansão de quadro;
- Condução de movimentações internas, incluindo reajustes por mérito, promoções e movimentações horizontais;
- Realização de pesquisas salariais e calibração com o mercado para manutenção da competitividade;
- Gestão da remuneração variável, contemplando cálculo, validação e pagamento;
- Apoio operacional a transferências de custos e demais rotinas administrativas relacionadas à folha;

- Consolidação e gestão de dados por meio de sistemas e painéis de BI, garantindo histórico e confiabilidade das informações.

Essa atuação permite maior consistência nas decisões relacionadas à remuneração e reforça a transparência dos processos internos.

Política de Remuneração

A Política de Remuneração tem como objetivo estabelecer diretrizes claras e consistentes para a administração das práticas salariais, assegurando equilíbrio entre competitividade externa, equidade interna e sustentabilidade financeira da companhia.

Entre suas principais diretrizes destacam-se:

- Equidade interna: adoção de critérios estruturados de enquadramento salarial e movimentações, considerando responsabilidades, complexidade e desempenho;
- Competitividade de mercado: utilização de pesquisas salariais como referência para posicionamento e revisão das faixas remuneratórias;
- Reconhecimento de desempenho: valorização do mérito e da evolução profissional por meio de ciclos estruturados de avaliação e movimentações;
- Governança e controle orçamentário: alinhamento das decisões de remuneração ao planejamento financeiro e às aprovações corporativas;
- Transparência e consistência: padronização dos processos e manutenção de evidências que suportem análises, auditorias internas e reportes externos.

Reconhecimento, mérito e promoções

O reconhecimento do desempenho e da contribuição individual é operacionalizado por meio de processos formais de movimentação interna, conduzidos pela área de Remuneração em parceria com lideranças e áreas de negócio.

Esses processos contemplam:

- Reajustes por mérito, associados à performance e entrega de resultados;
- Promoções, vinculadas à ampliação de responsabilidades e evolução na carreira;
- Movimentações horizontais, que possibilitam desenvolvimento profissional e mobilidade interna.

Os quantitativos anuais de movimentações são monitorados por meio dos sistemas corporativos e constituem indicadores relevantes para análise de evolução de carreira e gestão de talentos.

Remuneração e Benefícios

GRI 2-19 | 2-20 | 401-2 | 403-6

Benefícios e ações de saúde e bem-estar

A gestão de benefícios e iniciativas de saúde é conduzida em interface com outras frentes de Recursos Humanos, compondo uma agenda integrada voltada à qualidade de vida e ao cuidado com as pessoas.

Em 2025, destacaram-se ações de conscientização e prevenção em saúde, incluindo:

• Setembro Amarelo, com iniciativas voltadas à promoção da saúde mental, do bem-estar emocional e da valorização da vida.

Entre as ações realizadas, destacam-se atividades de arte e pintura com a temática “Como me sinto hoje?”, iniciativa criativa voltada à expressão de emoções e ao estímulo ao autoconhecimento; sessões de cinema; presença de intérprete de Libras na fábrica, garantindo a participação de todos os colaboradores; *stand amarq*¹ de apoio psicológico; palestra sobre valorização da vida; disseminação de conteúdos educativos; e aulas de yoga.

• Outubro Rosa, com iniciativas informativas e de sensibilização sobre prevenção e diagnóstico precoce do câncer de mama.

Entre as ações realizadas, destacaram-se atividades de educação e conscientização sobre o tema; facilitação do acesso a exames de rastreamento ao longo de todo o mês de outubro, com isenção de coparticipação no convênio médico; comunicação contínua para ampliação do alcance da campanha; *stand amarq*¹ com orientações sobre o autoexame e esclarecimento de dúvidas; e palestra sobre câncer de mama, na qual a palestrante compartilhou sua experiência e recomendações relacionadas ao tema.

• Novembro Azul, com ações voltadas à conscientização sobre a saúde do homem e à prevenção do câncer de próstata.

Entre as iniciativas realizadas, destacam-se atividades de educação continuada com divulgação de conteúdos educativos no portal da Universidade do Cacau; comunicação ativa com materiais de conscientização amplamente difundidos, reforçando a importância do cuidado contínuo; presença de intérprete de Libras na fábrica, assegurando acessibilidade; palestra sobre o tema com o médico da empresa; e *stand amarq*¹ com orientações sobre a saúde do homem.

Além das campanhas temáticas, a companhia promoveu ações periódicas de bem-estar e cultura, incluindo experiências culturais e uma programação mensal voltada ao engajamento e à integração dos colaboradores, conforme o calendário anual da empresa.



1. *Stand amarq* é o nome dado ao espaço montado para cada tema de sensibilização das ações realizadas, onde os colaboradores puderam se dirigir para participar das atividades e interações propostas.



Informação e prevenção
são nossas principais
aliadas para cuidar do
nosso time.

Acervo de fotos Cacau Show.

Diversidade e Inclusão

GRI 2-7 | 2-23 | 2-29 | 405-1

A Cacau Show mantém o compromisso de promover um ambiente de trabalho diverso, inclusivo e acolhedor, no qual todas as pessoas tenham oportunidades equitativas de desenvolvimento e participação. Em 2025, o tema avançou como uma agenda estratégica, com a consolidação de práticas de escuta, letramento e gestão de dados que apoiam a tomada de decisão e o fortalecimento da cultura organizacional.

Censo de Diversidade como base estratégica

O **Censo de Diversidade** é a principal ferramenta diagnóstica da companhia para compreensão do perfil de seus colaboradores e monitoramento da evolução das práticas de inclusão. Realizado a cada dois anos e abrangendo todo o ecossistema da empresa incluindo negócios, operações industriais, varejo e hotelaria, o levantamento permite análises comparativas e direcionamento de iniciativas corporativas.

A evolução metodológica do censo **reflete o amadurecimento do tema**. Em 2023, a pesquisa foi conduzida internamente, enquanto em 2025 passou a contar com aplicação por fornecedor externo especializado, ampliando a confiabilidade e a confiabilidade das respostas. A estrutura do questionário manteve o bloco de caracterização do perfil dos colaboradores, incorporou novas perguntas relacionadas à diversidade e prevenção ao assédio e aprofundou o recorte socioeconômico, possibilitando uma leitura mais abrangente da realidade do público interno.

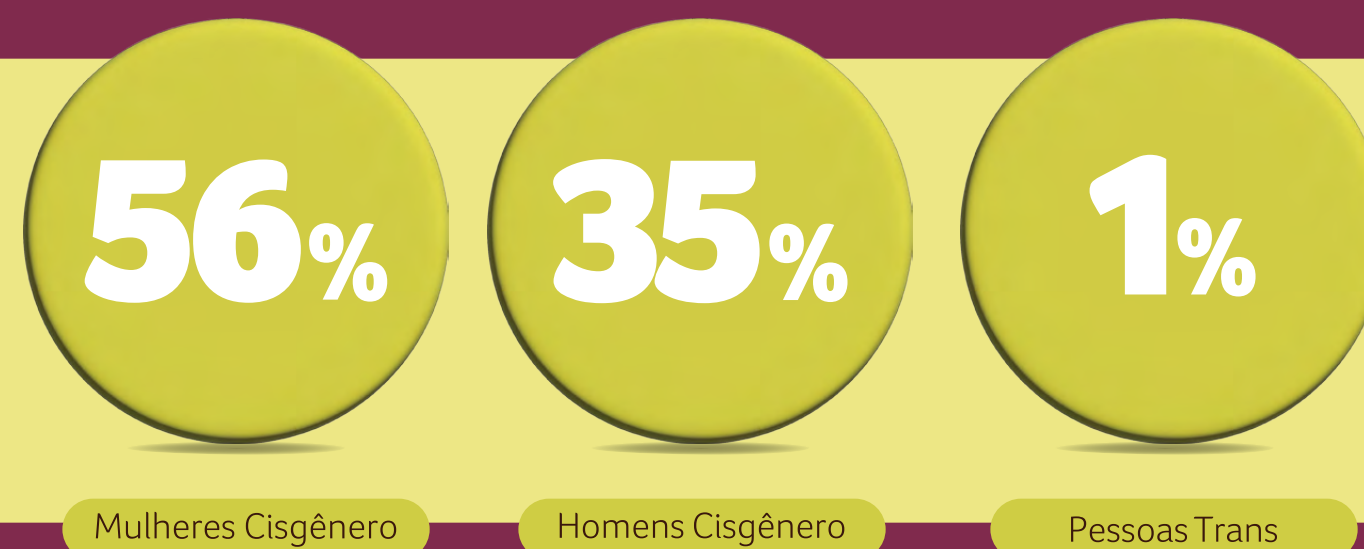
Em 2025, o censo contou com **5.969 colaboradores elegíveis**, dos quais **3.781 participaram**, resultando em **63% de adesão**, indicador superior ao registrado em 2023 (61%), evidenciando crescente engajamento e confiança na iniciativa.

Perfil de diversidade dos colaboradores

Os resultados do Censo de Diversidade 2025 evidenciam a pluralidade presente na organização, com predominância de mulheres e presença representativa de diferentes grupos raciais e identidades de gênero. A análise reforça a diversidade do quadro de colaboradores e contribui para o direcionamento de ações de equidade e inclusão.

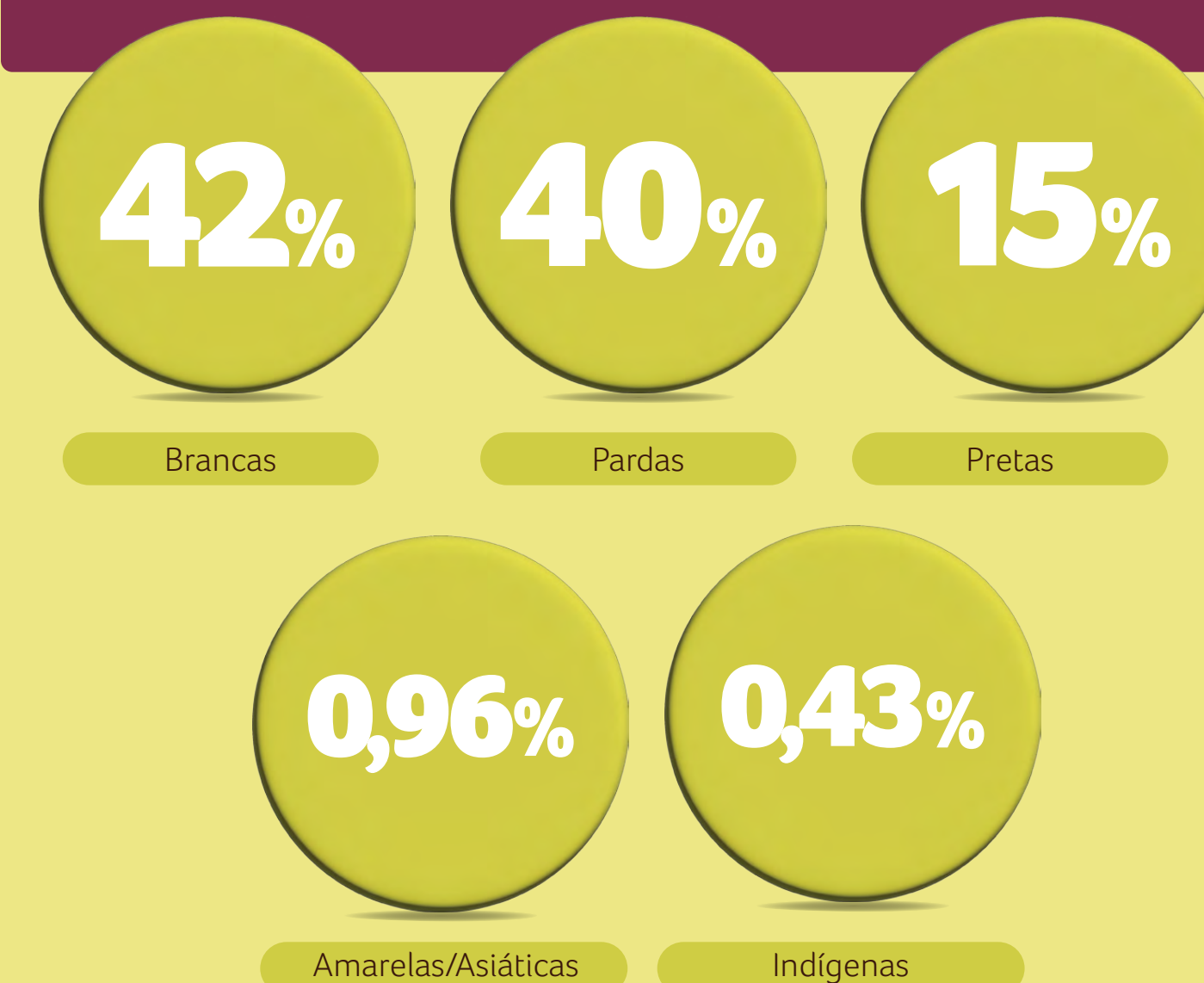
Na sequência, são apresentados os principais dados do levantamento, organizados por diferentes recortes analíticos, permitindo uma compreensão mais aprofundada do perfil dos colaboradores.

Distribuição por gênero



Em relação ao gênero, **56,92%** dos respondentes se identificaram como mulheres cisgênero, **35,22%** como homens cisgênero e **1,01%** como pessoas trans, refletindo uma composição majoritariamente feminina.

Distribuição por raça/cor



Quanto à raça/cor, o levantamento apontou **42,87%** de pessoas brancas, **40,57%** pardas, **15,17%** pretas, além de representatividade de pessoas amarelas/asiáticas (**0,96%**) e indígenas (**0,43%**). Considerando a soma de pessoas pretas e pardas, o resultado evidencia a presença significativa de colaboradores negros na organização.

Diversidade e Inclusão

GRI 2-7 | 2-23 | 2-29 | 405-1

Faixa etária

54%

16 a 30 anos

35%

31 a 45 anos

9,9%

acima de 46 anos

A distribuição etária evidencia uma força de trabalho jovem, com **54,74%** entre 16 e 30 anos, **35,35%** entre 31 e 45 anos e cerca de **9,91%** acima de 46 anos.

Escolaridade

43%

Ensino Médio

17%

Superior Completo

15%

Superior Incompleto

8,7%

Pós-Graduação/MBA

Em termos de escolaridade, destaca-se a predominância de ensino médio completo (**43,01%**), seguida por níveis de ensino superior completo (**17,07%**) e incompleto (**15,32%**). Também se observa a presença de colaboradores com pós-graduação e/ou MBA completo (**8,70%**), além de formações técnicas e demais níveis educacionais, evidenciando a diversidade de trajetórias formativas presentes na companhia.

Diversidade na liderança

A análise da liderança, considerando cargos de supervisão, coordenação, gerência e diretoria evidencia avanços relevantes em diversidade quando comparados ao mercado.

Gênero na liderança

58%

Mulheres Cisgênero

36%

Homens Cisgênero

0,99%

Não Binárias

0,40%

Homens Trans

A participação de mulheres cisgênero na liderança é de **58,05%**, acima da média de mercado de **38%**. Homens cisgênero representam **36,38%**, enquanto há ainda participação de pessoas não binárias (**0,99%**) e homens trans (**0,40%**), além de **4,17%** que preferiram não responder.

Raça/cor na liderança

51%

Branças

37%

Pardas

9,7%

Pretas

1,1%

Amarelas/Asiáticas

Em relação à raça/cor, **51,09%** da liderança é composta por pessoas brancas, **37,97%** pardas e **9,74%** pretas, além de **1,19%** de pessoas amarelas/asiáticas. A soma de pessoas pretas e pardas supera a média de mercado (11% segundo a McKinsey), indicando maior representatividade racial na liderança da companhia.

Orientação sexual na liderança

82%

Heterossexuais

7,7%

Homossexuais

4,3%

Bissexuais

0,99%

Pansexuais

0,20%

Assexuais

Quanto à orientação sexual, **82,70%** se declaram heterossexuais, **7,75%** homossexuais (gays ou lésbicas), **4,37%** bissexuais, além de pansexuais (**0,99%**) e assexuais (**0,20%**). O percentual de diversidade é equivalente à média observada no mercado (**cerca de 5%**).

Diversidade e Inclusão

GRI 2-7 | 2-23 | 2-29 | 405-1

Os dados do Censo de Diversidade 2025 evidenciam avanços relevantes na agenda de diversidade, equidade e inclusão, refletindo uma evolução consistente no perfil dos colaboradores e na representatividade na liderança. Os indicadores apontam não apenas alinhamento, mas também em alguns aspectos, superação das referências de mercado, reforçando a efetividade das iniciativas implementadas. Nesse contexto, as informações levantadas constituem um importante insumo para o aprimoramento contínuo das estratégias e para o fortalecimento de uma cultura organizacional cada vez mais inclusiva e sustentável.

Comitê Origens e governança da diversidade

A governança do tema é fortalecida pelo **Comitê Origens**, que atua há aproximadamente um ano e meio como uma instância de mobilização, escuta e disseminação de práticas relacionadas à diversidade, equidade e inclusão. O Comitê tem como objetivo estimular, no dia a dia da organização, a vivência do propósito e dos valores da Cacau Show, promovendo um ambiente cada vez mais plural, respeitoso e inclusivo.

Formado por **69 guardiões**, colaboradores que representam diferentes áreas e unidades da companhia, o Comitê atua como agente de conexão entre as demandas das equipes e as práticas conduzidas pela área de Gente & Gestão. Entre suas atribuições estão sugerir, organizar e participar de iniciativas relacionadas à cultura organizacional, clima, engajamento e diversidade, além de apoiar a implementação de programas, sensibilizar colaboradores e fomentar o letramento sobre temas de inclusão e respeito às diferenças. Desde 2024, foram realizados 10 encontros presenciais e virtuais, nos quais os guardiões discutem temas prioritários, compartilham boas práticas e propõem novas ações para fortalecer a cultura organizacional. Esses encontros também funcionam como espaços de escuta e troca, permitindo identificar oportunidades de melhoria e ampliar o engajamento interno

Ao longo de **2025**, destacaram-se diversas iniciativas de conscientização e sensibilização, incluindo ações e palestras relacionadas ao Janeiro Branco (saúde mental), prevenção de ISTs, Dia Internacional da Mulher, Dia das Mães, Dia dos Pais, Setembro Amarelo, Outubro Rosa, Novembro Azul e Consciência Negra, além de ações voltadas ao letramento sobre diversidade e inclusão da comunidade LGBTI+. Também foram promovidas iniciativas de voluntariado e engajamento social, como a **ação Do Grão ao Coração**, realizada na **ADEVA (Associação de Deficientes Visuais Amigos)**, que proporcionou um dia de experiências e integração com pessoas com deficiência visual. Entre as iniciativas voltadas à inclusão de pessoas com deficiência, destaca-se o início de **turmas de capacitação em Língua Brasileira de Sinais (Libras)** para áreas estratégicas da empresa com contato direto com colaboradores surdos, fortalecendo a comunicação acessível e a cultura de respeito. Outras ações em desenvolvimento incluem a criação de **cartilha de boas práticas para inclusão de pessoas com deficiência**, identificação de colaboradores surdos por meio de **faixa ou bordado no uniforme**, e ampliação da capacitação em Libras para gestores, equipe de Recursos Humanos, recepção, ambulatório e integrantes do Comitê.

Essas iniciativas contribuíram para ampliar o engajamento interno e fortalecer a agenda de diversidade como elemento transversal à cultura organizacional. Em 2025, a agenda de diversidade e inclusão apresentou continuidade e amadurecimento em relação ao ciclo anterior, com ampliação do impacto das ações, maior engajamento dos colaboradores e avaliações positivas das iniciativas de letramento. O fortalecimento da base de dados por meio do Censo, aliado à atuação do Comitê Origens, contribui para consolidar o tema como prioridade estratégica e para a construção de um ambiente cada vez mais plural, respeitoso e representativo. Para 2026, está prevista a evolução do modelo de atuação do Comitê, com uma estrutura mais robusta, incorporação de mecanismos de gamificação e maior integração com canais digitais, visando ampliar o alcance e a participação dos colaboradores.



Arquivo de fotos Cacau Show.

Capacitação

CR1 404-2

Acreditamos que o desenvolvimento contínuo das pessoas é um dos principais vetores para a sustentabilidade e a perenidade do negócio. Investir em capacitação fortalece competências técnicas e comportamentais, amplia a capacidade de inovação e sustenta o crescimento estruturado da companhia.

Nossa estratégia educacional está alinhada às diretrizes corporativas e ao plano de expansão, promovendo uma jornada de aprendizagem integrada que considera os diferentes níveis de cargo, áreas de atuação e desafios do negócio.

Estrutura de escolas e trilhas de aprendizagem

Em 2025, consolidamos 14 escolas corporativas, organizadas de acordo com competências estratégicas e necessidades das 13 diretorias que contam com treinamento interno estruturado: Digital, Operações de Franquias e Backoffice, Comunicação e Marketing, Jurídico, SSMA, Financeiro, Novos Canais e Expansão, Supply, Industrial, Logística, Hotéis e Comercial.

As **trilhas de desenvolvimento são estruturadas conforme o público e o nível de carreira**, e em 2025 passaram por um reposicionamento com o objetivo de aprimorar a aderência às necessidades de cada grupo e fortalecer a jornada de crescimento profissional.

Atualmente, as trilhas estão organizadas da seguinte forma:





Capacitação

CRI 404-2

Modalidades de aprendizagem

As ações educacionais foram realizadas em formatos que combinam escala, flexibilidade e aplicação prática:

- **Ensino a Distância (EAD):** formato assíncrono que permite ao colaborador acessar conteúdos no seu próprio ritmo e horário, favorecendo autonomia, alcance amplo e padronização do conhecimento;
- **On-line ao vivo:** encontros síncronos realizados por plataformas digitais, possibilitando interação em tempo real com facilitadores e participantes, além de esclarecimento imediato de dúvidas e troca de experiências;
- **Presencial:** atividades conduzidas em ambiente físico, voltadas ao fortalecimento da aprendizagem experiencial, dinâmicas práticas, *networking* e aprofundamento de competências comportamentais e técnicas;
- **Nano learning:** pílulas de aprendizagem curtas e objetivas, focadas em conteúdos específicos e de rápida assimilação, ideais para reforço contínuo do conhecimento e integração à rotina de trabalho.

Universidade do Cacau – evolução da plataforma

A **Universidade Cacau**, responsável pelas **iniciativas de capacitação corporativa**, atuou com o propósito de apoiar a execução do plano estratégico da companhia por meio de uma abordagem centrada no desenvolvimento de pessoas.

A promoção da aprendizagem contínua fortalece competências individuais alinhadas às diretrizes organizacionais, contribuindo diretamente para o desempenho e os resultados do negócio.

Por meio das ações formativas, os colaboradores ampliam repertórios técnicos e comportamentais, consolidando conhecimentos, habilidades e atitudes que sustentam entregas mais consistentes e efetivas. Esse investimento também impulsiona a qualidade das atividades e favorece a construção de um ambiente propício à inovação, aspecto relevante para a competitividade da organização.

Com o objetivo de garantir uma jornada de aprendizagem mais estruturada e aderente às necessidades do negócio, **em 2025 foram implementadas melhorias relevantes na Universidade do Cacau**, ampliando eficiência operacional, rastreabilidade das informações e integração entre processos, dentre as quais se destacam:

- **Implantação de feed de notícias para divulgação de treinamentos e iniciativas estratégicas;**
- **Centralização das inscrições em treinamentos EAD e presenciais em um único ambiente;**
- **Consolidação de relatórios gerenciais e registros automáticos de participação;**
- **Ativação de canais exclusivos segmentados por público;**

- **Estruturação de trilhas de aprendizagem integradas, contemplando provas, avaliações, listas de presença e emissão de certificados.**

Esses avanços contribuíram para o fortalecimento da governança da gestão educacional e para a ampliação do acompanhamento dos Planos de Desenvolvimento Individual (PDI), promovendo maior visibilidade sobre a jornada de desenvolvimento dos colaboradores.

Programas de desenvolvimento por nível de carreira

A fim de assegurar maior aderência entre aprendizagem e trajetória profissional, a companhia estruturou programas de desenvolvimento segmentados por nível de carreira. Essa lógica favorece a personalização das experiências formativas, considerando o momento profissional de cada público e contribuindo para o fortalecimento de competências críticas ao negócio.

Nesse contexto, destacam-se os seguintes programas:

Programas Funcional e de Especialista

Os Programas Funcional e de Especialista compõem o eixo de desenvolvimento de carreira, contemplando trilhas estruturadas como Foco na Carreira e Analista Show, direcionadas a diferentes momentos da jornada profissional.

Capacitação

CRI 404-2



Foco na Carreira

O programa é direcionado a colaboradores nos níveis de assistentes, auxiliares, jovens aprendizes e estagiários, com o objetivo de fortalecer competências comportamentais e relacionais essenciais ao crescimento profissional.

Em 2025, a iniciativa passou a ser aplicada em formato presencial integrado, alinhado aos demais programas internos de desenvolvimento.

A jornada é estruturada em **dois módulos formativos** e contempla etapas complementares de aprendizagem, totalizando **13 horas de capacitação**, distribuídas entre conteúdos preparatórios em EAD (6h), encontros presenciais de consolidação (6h) e atividades de aplicação prática acompanhadas por meio do Plano de Desenvolvimento Individual (PDI) (1h), favorecendo a transferência do conhecimento para o contexto de trabalho.

Principais conteúdos abordados:

- **Autoconhecimento e autorresponsabilidade;**
- **Construção de relações colaborativas.**



Analista Show

O programa é direcionado a colaboradores nos níveis de assistentes, auxiliares, jovens aprendizes e estagiários, com o objetivo de ampliar o repertório comportamental e de atuação profissional dos participantes, promovendo maior protagonismo, colaboração e foco em resultados. A jornada é estruturada em **três módulos formativos**, organizados em etapas complementares de aprendizagem, conteúdos preparatórios em EAD, encontros presenciais e atividades de aplicação prática no contexto de trabalho, totalizando **19 horas** de capacitação (6h em EAD, 12h presenciais e 1h de aplicação prática). Essa abordagem integrada favorece a consolidação do conhecimento e sua efetiva transferência para a rotina profissional.

Principais conteúdos abordados:

- **Autoconhecimento e autorresponsabilidade como ponto de partida para o crescimento pessoal e profissional;**
- **Construindo relações saudáveis e colaborativas para fortalecer as relações entre as áreas;**
- **Ferramentas e atitudes para transformar ideias em resultados consistentes.**

A expansão para a operação de Hotéis, realizada em 2025, assegurou a inclusão dos colaboradores dessa unidade nas ações de capacitação e desenvolvimento.

Programas de Liderança

Os Programas de Liderança contemplam iniciativas voltadas ao desenvolvimento de competências de gestão em diferentes níveis da organização, desde a preparação de talentos para futuras posições até o aprimoramento de líderes em atuação. As formações combinam conteúdos técnicos e comportamentais, contribuindo para o fortalecimento do *pipeline* interno de lideranças e para o suporte à estratégia de crescimento da companhia.



LíderLab 2025

O programa é direcionado a colaboradores nos níveis de analista pleno e sênior, com o objetivo de preparar e desenvolver profissionais com potencial para futuras posições de liderança, ampliando a segurança na atuação e a compreensão sobre competências essenciais à gestão de equipes. A participação ocorre por meio de processo seletivo conduzido pela gestão, baseado em avaliações de desempenho e recomendações dos gestores. Em 2025, **37 analistas nos níveis pleno e sênior** foram selecionados, com início da turma em setembro de 2025 e previsão de conclusão em julho de 2026. A jornada formativa é composta por encontros presenciais e conteúdos em EAD, totalizando **46 horas de capacitação**, direcionadas ao desenvolvimento de competências de gestão e visão de negócio, contribuindo para o fortalecimento do *pipeline* interno de lideranças.

O programa é direcionado a colaboradores nos níveis de analista pleno e sênior, com o objetivo de preparar e desenvolver profissionais com potencial para futuras posições de liderança, ampliando a segurança na atuação e a compreensão sobre competências essenciais à gestão de equipes. A participação ocorre por meio de processo seletivo conduzido pela gestão, baseado em avaliações de desempenho e recomendações dos gestores. Em 2025, **37 analistas nos níveis pleno e sênior** foram selecionados, com início da turma em setembro de 2025 e previsão de conclusão em julho de 2026. A jornada formativa é composta por encontros presenciais e conteúdos em EAD, totalizando **46 horas de capacitação**, direcionadas ao desenvolvimento de competências de gestão e visão de negócio, contribuindo para o fortalecimento do *pipeline* interno de lideranças.



Capacitação

CRI 404-2

LíderLab 2025



Principais conteúdos abordados:
Gestão de Pessoas

- **Inteligência emocional;**
- **Pipeline da liderança;**
- **Tendências de comportamento;**
- **O líder formador de pessoas na cultura da empresa.**

Gestão de Negócios

- **Visão estratégica do negócio;**
- **Comunicação;**
- **Protagonismo e delegação;**
- **A arte do feedback.**

Processo de desenvolvimento:

- **Diálogos de carreira;**
- **Processo de mentoria;**
- **Plano de desenvolvimento pessoal (PDI).**

SouLíder



O programa é direcionado a coordenadores, gerentes e diretores, com o objetivo de fortalecer competências de liderança organizacional e apoiar os profissionais frente aos desafios contemporâneos da gestão. A jornada formativa foi estruturada em duas etapas complementares: conteúdos preparatórios em EAD e treinamento presencial, combinando diferentes metodologias para potencializar a aprendizagem e a aplicação prática dos conhecimentos. A etapa de *pré-work*, realizada na Universidade do Cacau, totalizou **7h45 de capacitação**, enquanto o treinamento presencial somou **12 horas**, organizadas em eixos temáticos voltados à cultura organizacional, aos dilemas da liderança e às responsabilidades do papel de gestor, contribuindo para o desenvolvimento do autoconhecimento, da gestão de equipes e da geração de resultados.

Principais conteúdos abordados:

- **Cultura organizacional;**
- **Dilemas da liderança, delegação e autonomia;**
- **Confiança e desenvolvimento de equipes.**

Super Líder



O programa é direcionado aos líderes das estruturas de Hotéis, Indústria e Logística, com o objetivo de desenvolver competências técnicas e comportamentais voltadas à liderança operacional e à eficiência das rotinas de trabalho. A jornada formativa foi estruturada em **três módulos**, combinando encontros presenciais e conteúdos em EAD, com carga horária de **4 horas por módulo**. A abordagem buscou introduzir metodologias para melhoria contínua e resolução estruturada de problemas, além de fortalecer capacidades relacionadas ao planejamento, à gestão de pessoas e à condução das operações, contribuindo para maior consistência e efetividade na atuação dos líderes.

Principais conteúdos abordados:

- **Gestão de pessoas e fortalecimento da atuação do líder na rotina operacional;**
- **Comunicação eficaz aplicada ao contexto das operações;**
- **Planejamento estratégico e resolução estruturada de problemas.**



Capacitação

CRI 404-2

Capacitação e desenvolvimento – principais resultados em 2025

Em 2025, ampliamos e consolidamos o acesso às iniciativas de desenvolvimento em toda a organização, refletindo o compromisso com a aprendizagem contínua e o fortalecimento das competências essenciais ao negócio:

2025 foi um ano em que transformamos **aprendizado em estratégia**, ampliando o acesso à **capacitação**, fortalecendo **competências-chave** e impulsionando o desenvolvimento contínuo de **milhares de colaboradores**.

14 escolas
corporativas
estruturadas:

organização de escolas corporativas voltadas ao desenvolvimento contínuo, alinhadas às competências estratégicas e às demandas prioritárias das áreas;

78 temas
de capacitação
ofertados:

portfólio diversificado de conteúdos, abrangendo formações técnicas, comportamentais, de *compliance* e programas direcionados ao desenvolvimento de lideranças;

58.589
participações
em treinamento:

alcance expressivo das ações educacionais, promovendo oportunidades de aprendizagem para diferentes públicos e níveis de carreira;

24.406,52
horas totais de
treinamento realizadas:

volume significativo de horas dedicadas à capacitação, evidenciando o investimento consistente no desenvolvimento e na evolução profissional dos colaboradores.



Capacitação

CR1 404-2

Programação **Equipes Técnicas**
Foco na Carreira - Jovem Aprendiz | Estagiários



12 turmas (agosto a novembro)
+ de **200 participantes**
+ de **78h de treinamento**

Programação **Liderança**
Super Líder - Líder | Supervisor



10 turmas (outubro a novembro)
+ de **50 participantes**
+ de **45h de treinamento**

Programação **Equipes Técnicas**
Foco na Carreira - Auxiliares | Assistentes



11 turmas (agosto a novembro)
+ de **380 participantes**
+ de **128h de treinamento**

Programação **Liderança**
Sou Líder - 1ª Liderança



2 turmas (outubro a novembro)
+ de **20 participantes**
+ de **8h de treinamento**

Programação **Equipes Técnicas**
Analista Show - Jr. | Pl. | Sr.



36 turmas (junho a novembro)
+ de **380 participantes**
+ de **200h de treinamento**

Programação **Liderança**
Sou Líder - Coordenador | Gerente | Gerente Sr.



14 turmas (outubro a novembro)
+ de **98 participantes**
+ de **28h de treinamento**

Além disso, a estratégia educacional corporativa está estruturada em **seis pilares temáticos**, que organizam o portfólio de aprendizagem de forma integrada às competências essenciais do negócio e às diferentes jornadas profissionais. Ao todo, são **144 cursos ativos**, distribuídos de modo a apoiar o desenvolvimento comportamental, técnico e estratégico dos colaboradores, fortalecer a cultura organizacional e impulsionar a excelência operacional e a experiência do cliente.

Nesse contexto, cada pilar contempla conteúdos específicos que respondem às demandas das áreas e aos desafios do crescimento sustentável da companhia:





Escola Comercial

Atuação

A Escola Comercial tem como propósito fortalecer os conhecimentos na área comercial, atuando nos segmentos de Varejo, Franquias e Revenda. Seu objetivo é capacitar e desenvolver competências técnicas e comportamentais, garantindo excelência no atendimento, eficiência nos processos e desenvolvimento de um perfil de liderança consistente e alinhado aos objetivos da empresa. O programa também reforça a importância de compreender o perfil do cliente, permitindo liderar o atendimento, personalizar a abordagem e inspirar durante toda a experiência de compra.

Mídias educacionais

Desenvolve projetos de capacitação e formação profissional por meio de plataformas digitais, combinando ensino a distância (EAD) e treinamentos *on-line* ao vivo. As iniciativas são planejadas estrategicamente para ampliar o alcance, proporcionar flexibilidade no aprendizado e atender às necessidades de todos os públicos, garantindo experiência de aprendizagem eficiente e contínua.

Projetos educacionais

Com foco em desenvolver habilidades técnicas e comportamentais, os projetos visam assegurar a excelência operacional e tornar a operação referência no mercado. Os treinamentos abrangem diversas modalidades:

- **Presenciais;**
- **On-line ao vivo;**
- **Aulas experienciais;**
- **On-the-job training.**

Público-alvo

As iniciativas da Escola Comercial são estruturadas para atender de forma abrangente os diferentes canais de atuação da empresa, considerando as especificidades operacionais e os papéis desempenhados em cada frente de negócio. Dessa forma, os programas de capacitação contemplam colaboradores de lojas próprias, parceiros franqueados e profissionais da venda direta, promovendo desenvolvimento contínuo, padronização de processos e fortalecimento da experiência de atendimento em toda a rede. A seguir, são apresentados os principais públicos atendidos e as respectivas iniciativas, detalhando cada uma dessas frentes de atuação.

Lojas próprias

- Treinamento para novas lojas Mega e Super Stores;
- Treinamento presencial para Consultores de Venda Show (Vendedor Especialista 2025);
- Treinamento de integração para novos gestores de lojas próprias;
- Treinamento de liderança para líderes de Mega e gerentes de lojas convencionais.

Franqueados

- Treinamento de vendedores da rede;
- Treinamento de formação para novos franqueados;
- Treinamento presencial para Consultores de Venda Show (Vendedor Especialista 2025);
- Treinamento de gerentes regionais de franquias.

Revenda

- Treinamento mensal *on-line* ao vivo para operadores de Revenda, revendedores diretos e novos consultores de Revenda.

Novos franqueados

Reconhecemos o franqueado como um parceiro de negócio fundamental para a disseminação dos valores, da cultura e da proposta de experiência da marca junto ao consumidor. Por isso, o processo de seleção é estruturado para garantir alinhamento de perfil e aderência ao modelo de atuação. Após essa etapa, os franqueados participam de uma jornada formativa conduzida por especialistas, que contempla temas como identidade e linguagem de marca, práticas de atendimento, fundamentos de gestão do negócio e conceitos de empreendedorismo, preparando-os para a condução de suas operações com consistência e qualidade.

Novos consultores comerciais

Para fortalecer o relacionamento entre a franqueadora e os franqueados e contribuir para o alcance dos objetivos estratégicos, contamos com consultores comerciais distribuídos em todas as regiões do país. Nesse contexto, os novos consultores passam por um programa de capacitação com duração de 45 a 60 dias, que inclui projeto prático em loja e participação em banca avaliadora, promovendo maior integração com os franqueados e alinhamento das ações comerciais às diretrizes estratégicas da companhia.

Escola Comercial

Novas Mega e Super Stores

Os colaboradores das lojas Mega e Super participam de uma jornada formativa estruturada ao longo de 11 dias úteis, totalizando mais de 66 horas de desenvolvimento. A capacitação combina diferentes formatos de aprendizagem, incluindo conteúdos em EAD, momentos presenciais e prática aplicada em loja, com aproximadamente 40 horas dedicadas à vivência operacional. O programa é direcionado a integrar os profissionais à cultura de atendimento, estimular o engajamento e prepará-los para oferecer uma experiência diferenciada aos clientes.

Novos gestores e coordenadores

A imersão presencial de cinco dias forma o time de gestão de lojas próprias, com mais de 64 horas de atividades conduzidas por 18 especialistas, abordando *know-how* técnico e comportamental, gestão comercial, experiência encantadora e Team Building Experience.

Consultor de Vendas Show – Vendedor Especialista 2025

Com atuação em todas as regiões do Brasil, a força de vendas participou de treinamentos em diferentes formatos, incluindo EAD, *on-line* ao vivo, *on-the-job* e presencial, garantindo abrangência e diversidade de experiências de aprendizagem. O programa **Vendedor Especialista** foi realizado com foco no aprofundamento de conhecimentos sobre a marca, portfólio de chocolates e técnicas de vendas.

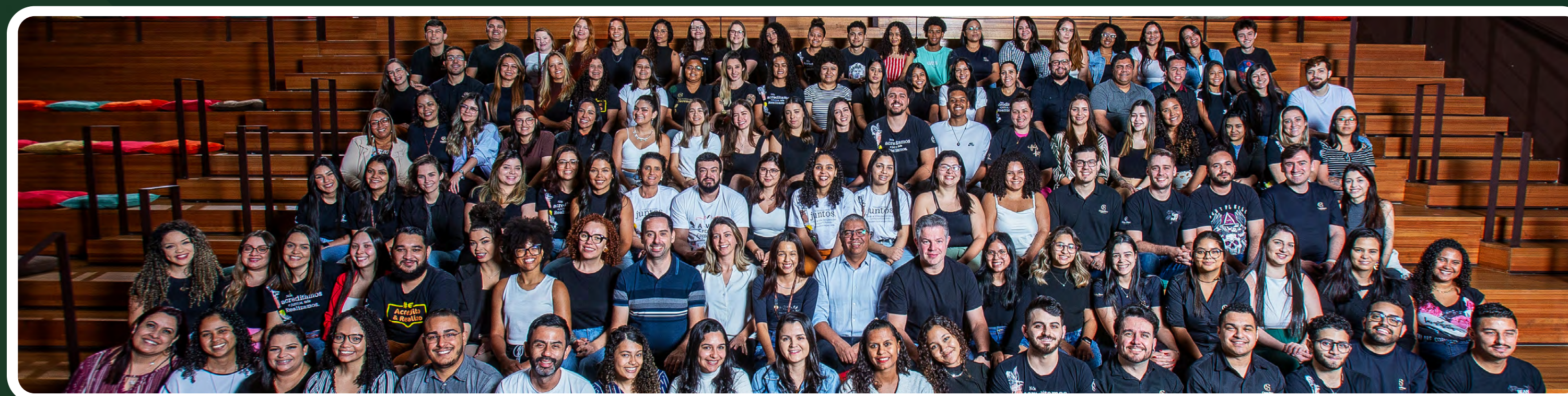
Em 2025, a iniciativa passou por atualização de conteúdo e abordagem por meio da Liga, desenvolvida com o objetivo de potencializar a aplicação prática

dos aprendizados e gerar impacto direto nos resultados das lojas, fortalecendo competências comerciais e a excelência no atendimento. Estruturada a partir de uma metodologia vivencial, a formação direciona os participantes ao desenvolvimento de capacidades essenciais para a atuação consultiva em loja, contemplando os seguintes pilares de aprendizagem:

- **Explicar como o conhecimento do perfil do cliente permite liderar o atendimento, personalizando a abordagem;**
- **Interpretar o comportamento e o perfil do cliente para inspirá-lo durante a experiência de compra, utilizando técnicas de persuasão que o auxiliem na melhor escolha de produto e na tomada de decisão;**
- **Identificar oportunidades de melhoria no atendimento com base nas metas para garantir uma experiência de compra fluida e satisfatória para o cliente;**
- **Mostrar como atender com excelência, integrando o posicionamento da marca à conversa e utilizando o conhecimento dos produtos para gerar uma experiência emocionalmente conectada.**

Revenda

A trilha para revendedores conecta os operadores à marca, fortalece o conhecimento sobre produtos e modelo de negócio e contribui para o aumento das vendas. Complementarmente, treinamentos *on-line* ao vivo são realizados mensalmente, capacitando os participantes para desempenharem suas atividades com maior eficiência e qualidade no atendimento. Nesse contexto de evolução contínua das iniciativas de desenvolvimento, está em estruturação uma trilha formativa específica para revendedores, com previsão de implementação ao longo de 2026.



Acervo de fotos Cacau Show.



Programa Bolsa de Estudos

O Programa de Bolsas de Estudo da Cacau Show integra a estratégia de valorização e desenvolvimento de talentos internos, reforçando a compreensão de que o crescimento dos colaboradores contribui diretamente para a sustentabilidade e a evolução do negócio. Nesse contexto, a companhia mantém iniciativas estruturadas de apoio à formação acadêmica em níveis de graduação e pós-graduação, oferecendo subsídio financeiro para ampliar o acesso à educação formal e fortalecer competências alinhadas às demandas organizacionais.

Em 2025, o programa beneficiou **56 colaboradores**, sendo **42 participantes em cursos de graduação e 14 em programas de pós-graduação**, evidenciando a continuidade do investimento no desenvolvimento técnico e estratégico das equipes. Ao longo do ano, foram registrados **33 bolsistas ativos em graduação**, distribuídos em diferentes áreas da organização, como Logística, Expansão, entre outras.

Além do apoio financeiro, o programa contribui para o fortalecimento da empregabilidade interna, para o aprimoramento do repertório técnico e para a ampliação das perspectivas de carreira dos participantes, gerando impactos positivos tanto no desempenho individual quanto na capacidade de inovação e entrega das áreas.

No ciclo de 2025, o programa de pós-graduação passou por um processo de reformulação, com revisão de critérios, diretrizes e modelo de concessão, visando ampliar sua aderência às prioridades estratégicas da companhia e potencializar o retorno do investimento educacional. Como desdobramento dessa evolução, está prevista para 2026 a implementação de um Programa de Idiomas+, iniciativa que complementará o portfólio de benefícios educacionais e terá como foco o desenvolvimento de competências linguísticas relevantes para o contexto de expansão e relacionamento global da organização.

Depoimentos de colaboradores beneficiados pelo programa:



Monica Soares

Expansão / Bolsa de Graduação

Meu nome é Monica, tenho 26 anos e há dois anos fui promovida de auxiliar de produção para assistente de expansão por meio do Programa de Oportunidade Interna - OI. Logo em seguida, ganhei a bolsa de estudos e iniciei o curso de Processos Gerenciais.

Essa oportunidade foi essencial para o meu crescimento profissional e despertou em mim o prazer pelos estudos. Hoje, consigo desenvolver meu trabalho de forma muito mais estruturada, aplicando os conhecimentos adquiridos no curso diretamente na função que exerço atualmente, principalmente em organização de processos e tomada de decisões. Além do crescimento profissional, cursar minha primeira faculdade tem me motivado a continuar estudando em busca de novos objetivos, tanto profissionais quanto pessoais. Também tem sido um incentivo muito importante para o meu desenvolvimento como pessoa.

Iniciativas como essa são fundamentais, pois incentivam os colaboradores a se desenvolverem. A graduação enriquece o profissional, já que colaboradores mais preparados crescem junto com a empresa. Por fim, avalio o apoio da empresa de forma muito positiva, visto que o Programa de Bolsa de Estudos foi o pontapé inicial que me ajudou a tirar do papel o sonho que eu havia adiado por anos.

Depoimentos de colaboradores beneficiados pelo programa:



Alexandre Rodrigues

Logística / Bolsa de Graduação

Meu nome é Alexandre Rodrigues da Silva e atuo na área de Logística. Por meio do Programa de Bolsa de Estudos da empresa, tive a oportunidade de cursar Gestão Financeira, o que fortaleceu minha trajetória profissional.

O curso ampliou meus conhecimentos em controle financeiro, planejamento, análise de custos e tomada de decisão, tornando minha rotina mais estruturada e eficiente. Parte desses aprendizados já é aplicada no dia a dia, especialmente em pagamentos de transportadoras, conferência de valores e cadastro de tabelas de frete, permitindo análises mais precisas e maior controle dos processos financeiros da operação logística. Além dos ganhos profissionais, o programa trouxe impactos positivos na vida pessoal, promovendo organização financeira e segurança na gestão das finanças cotidianas. Avalio o apoio da empresa como bastante positivo, com incentivo e condições que favoreceram minha dedicação ao curso.

Na minha percepção, iniciativas como o Programa de Bolsa de Estudos são fundamentais para o desenvolvimento dos colaboradores, pois estimulam a capacitação contínua, fortalecem a motivação e demonstram o compromisso da empresa com o crescimento das pessoas. Para minha trajetória, o programa foi essencial, contribuindo de forma significativa para meu crescimento profissional e pessoal e consolidando minha formação na área de gestão financeira.

Ações de Clima e Retenção de Talentos

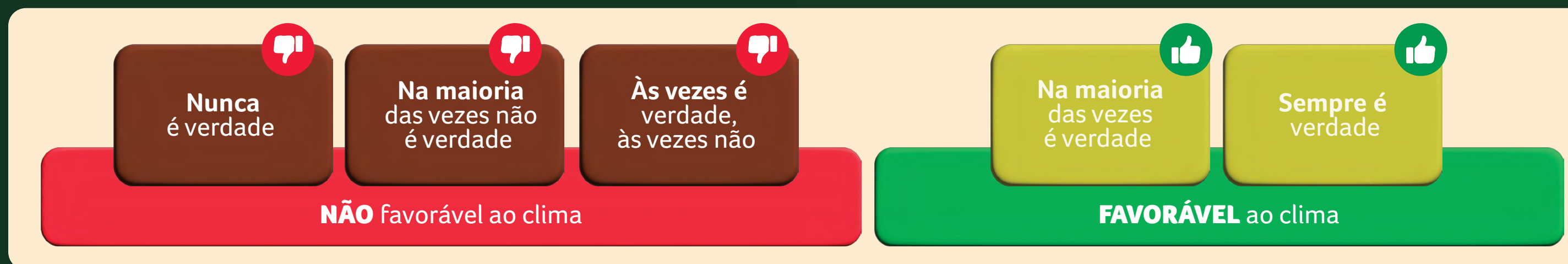
CR1 2-29

Como parte da estratégia de fortalecimento do clima organizacional e de retenção de talentos, a Companhia mantém um conjunto estruturado de iniciativas voltadas à escuta ativa e ao acompanhamento contínuo da experiência dos colaboradores. Entre essas iniciativas, destaca-se a realização de grupos de diálogo conduzidos após cada ciclo da pesquisa interna de clima, denominada **VIBE**, com o objetivo de aprofundar a compreensão sobre percepções, expectativas e oportunidades de melhoria relacionadas ao ambiente de trabalho e à integração das equipes.

Os encontros são estruturados a partir de perguntas abertas e realizados em um ambiente de confiança, favorecendo a participação espontânea e a troca de experiências entre os colaboradores. A confidencialidade das contribuições é assegurada ao longo de todo o processo, sendo elegíveis para participação colaboradores com mais de **30 dias de vínculo com a empresa**, enquanto colaboradores temporários não integram a amostra da pesquisa. A partir das discussões, os principais aprendizados são consolidados e transformados em recomendações e planos de ação compartilhados com a liderança, fortalecendo a tomada de decisão baseada em evidências.

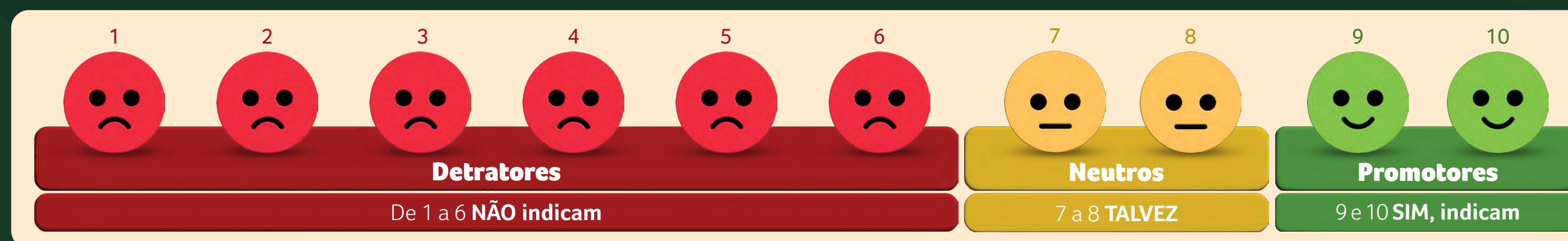
Complementarmente, os indicadores da pesquisa de clima são monitorados mensalmente, permitindo acompanhar tendências, identificar pontos de atenção e promover conversas direcionadas com as equipes. Esses momentos de escuta e devolutiva contribuem para a construção conjunta de soluções e para a implementação de melhorias contínuas, reforçando um ambiente organizacional mais saudável, engajador e alinhado às necessidades das pessoas.

Adicionalmente, a **régua de favorabilidade** é utilizada como indicador para avaliar o nível de satisfação dos colaboradores e a percepção geral sobre a qualidade do clima organizacional. Essa métrica possibilita acompanhar, de forma estruturada, a evolução das percepções internas e identificar oportunidades de aprimoramento na experiência do colaborador, contribuindo para direcionar ações de engajamento e fortalecimento do ambiente de trabalho.



Outro instrumento relevante é o **Net Promoter Score (NPS)** do colaborador, que mensura o grau de engajamento e o nível de conexão dos profissionais com a organização.

A avaliação é realizada por meio de uma escala de 1 a 10, a partir da pergunta: “Você recomendaria o Grupo Cacau Show para um familiar ou amigo trabalhar?”. As respostas são classificadas em três grupos interpretativos — notas de 1 a 6, que indicam baixa probabilidade de recomendação; notas 7 e 8, consideradas neutras; e notas 9 e 10, que representam alta propensão à recomendação — permitindo uma leitura clara do sentimento dos colaboradores e apoiando a definição de estratégias voltadas à retenção e ao engajamento.

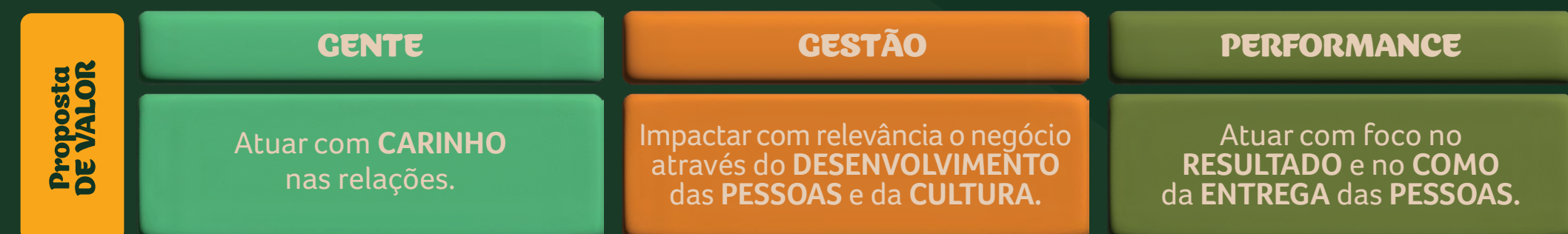


Entretanto, em conjunto, essas iniciativas consolidam uma abordagem estruturada de gestão do clima organizacional, baseada na escuta ativa, no monitoramento sistemático de indicadores e na implementação de ações orientadas por evidências. Ao promover espaços de diálogo, acompanhar a evolução das percepções internas e utilizar métricas que traduzem a experiência dos colaboradores, a companhia fortalece um ambiente de trabalho mais participativo, transparente e responsivo às necessidades das equipes, contribuindo de forma consistente para o engajamento, a valorização das pessoas e a retenção de talentos.

Gestão de Performance e Desenvolvimento de Pessoas

GRI 2-29 | 404-2 | 404-3

A área de **Business Partner & Performance** desempenha papel estratégico na gestão de pessoas, conectando lideranças e colaboradores ao longo de toda a jornada organizacional, do *onboarding* ao desenvolvimento, reconhecimento e evolução de carreira. A atuação é orientada pela **Proposta de Valor da área de GG&P**, apresentada a seguir, que busca atuar com carinho nas relações, impactar o negócio por meio do desenvolvimento de pessoas e da cultura e impulsionar resultados com foco tanto na entrega quanto na forma como ela acontece.



A estrutura da área é composta por **13 business partners (BPs) e quatro profissionais administrativos**, organizados por frentes de negócio: Corporativo, Comercial, Industrial e Hospitalidade, garantindo proximidade com as operações e alinhamento às necessidades específicas de cada unidade. A área conta ainda com liderança dedicada à gestão de performance e indicadores, responsável por acompanhar metas, consolidar dados estratégicos e apoiar a tomada de decisão das diretorias.

O **business partner (BP)** atua como elo entre **estratégia e gestão de pessoas**, promovendo iniciativas relacionadas a engajamento, desenvolvimento, avaliação de desempenho, remuneração e disseminação da cultura e estratégia organizacional. Essa atuação ocorre em parceria com diversas áreas corporativas, fortalecendo a integração entre pessoas, cultura e resultados.

Em 2025, os business partners conduziram diversas iniciativas voltadas ao fortalecimento da cultura organizacional, ao desenvolvimento de lideranças e ao aprimoramento da experiência dos colaboradores, com ações adaptadas às necessidades de cada frente de negócio, conforme apresentado a seguir.



Acervo de fotos Cacau Show.



Gestão de Performance e Desenvolvimento de Pessoas

GRI 2-29 | 404-2 | 404-3

BP Negócios (Corporativo)

Na frente corporativa, foram promovidas iniciativas voltadas à integração, ao desenvolvimento e ao fortalecimento da cultura organizacional. Entre elas, destacam-se o **Experiência Cacau**, voltado a colaboradores com 30 a 60 dias de empresa, que impactou **108 participantes**, e o **Conexão Gourmet**, programa de aproximação entre liderança e equipes, que envolveu **409 colaboradores**.

Também foram realizados encontros estratégicos com a liderança, como **Almoço com os VPs e Encontros com a Diretoria**, além de iniciativas voltadas ao desenvolvimento de lideranças, como **Onboarding de líderes com BP, Weekly e o Diário de Bordo**, direcionado a líderes recém-promovidos.

Para os próximos ciclos, as iniciativas estarão direcionadas ao fortalecimento de programas estruturados de desenvolvimento e aceleração de talentos, como o **Legado**.

BP Industrial

No segmento industrial, a atuação concentrou-se na consolidação da agenda de pessoas, cultura e sustentabilidade social. Foram implantados **business partners dedicados às operações industriais**, ampliando a proximidade com a produção e áreas técnicas e fortalecendo a governança de pessoas. Entre as principais iniciativas destacam-se a revisão dos descritivos de cargos, a implementação do programa de inclusão de pessoas com deficiência, rodas de diálogo sobre diversidade, ética e **compliance**, além do fortalecimento de rituais de

cultura organizacional.

No campo do desenvolvimento técnico, a Trilha do Chocolate capacitou mais de 830 colaboradores em todo o ciclo produtivo, enquanto a Hora Show promoveu 30 encontros de atualização técnica e estratégica. Também foram realizadas formações para operadores especialistas, capacitação das **madrinhas de linha** em comunicação e liderança e o treinamento da liderança executiva industrial no **Chocolate Manufacturing Intense Practical Course**, na Alemanha. A área também promoveu ações de engajamento e escuta ativa com 82% da liderança industrial, direcionando o planejamento de pessoas para os próximos ciclos, além de conduzir a implantação da governança de pessoas em conformidade com a certificação FSSC 22000.

As iniciativas futuras incluem a expansão da formação técnica da operação e das lideranças, o aprimoramento dos ritos de acompanhamento da experiência inicial (0 a 90 dias), o mapeamento e aceleração do pipeline de sucessores, o fortalecimento da comunicação com a operação e a ampliação das iniciativas de carreira, como rotas de formação, diálogos de carreira e programas estruturados de desenvolvimento.

BP Linhares

Na unidade de Linhares, as iniciativas estiveram diretamente conectadas à expansão da capacidade produtiva após a reconstrução da fábrica inaugurada em 2024. Em 2025, a unidade produziu 8,3 milhões de panetones, o que impulsionou a criação da Universidade do Panettone, voltada à capacitação da operação

para a campanha sazonal. Também foram realizados treinamentos presenciais da Universidade do Cacau, com programas como o Analista Show.

Para os próximos ciclos, a unidade avançará na implantação da linha AAS-TED, ampliando a capacidade produtiva para tabletes, ovos e trufas, incluindo a produção de mais de 1,2 milhão de ovos de chocolate para a campanha de Páscoa de 2026, além do início do processo de implementação da certificação FSSC 22000.

BP Comercial

No Comercial, a atuação dos BPs fortaleceu a presença da área de pessoas junto às operações de campo, ampliando o acompanhamento das equipes e o alinhamento com as lideranças de loja.

Entre as iniciativas destacam-se o **Workshop de Atendimento Show**, voltado à excelência na experiência do cliente, e a **Mentoria Show**, direcionada ao desenvolvimento de gestores de loja e à preparação de novas lideranças. O **Conexão Gourmet** também foi implementado nessa frente, promovendo maior interação entre consultores de vendas, CVDs e a diretoria durante os períodos de maior campanha.

As iniciativas futuras incluem a continuidade e evolução das mentorias, o aprimoramento dos ritos de acompanhamento da experiência inicial, além de ações voltadas à sucessão e ao desenvolvimento de lideranças de loja, incluindo **rotas de formação e planos de carreira**.



Gestão de Performance e Desenvolvimento de Pessoas

GRI 2-29 | 404-2 | 404-3

BP Hospitalidade

Na frente de hospitalidade, as iniciativas priorizaram o fortalecimento do time de gestão de pessoas nos hotéis, o monitoramento do clima organizacional e o desenvolvimento de lideranças. Entre as ações realizadas destacam-se o **Café com BP**, que alcançou aproximadamente 85% dos colaboradores, além do **Evento Origens**, voltado ao fortalecimento do sentimento de pertencimento dos colaboradores do **Hotel Bendito Cacao Family Resort ao Grupo Cacau Show**, com **90% de participação**.

O período também contou com **processos de coaching para lideranças**, programas de integração entre **hotéis e Cacau Park**, além de iniciativas estruturadas de desenvolvimento de liderança, gestão da mudança e fortalecimento da jornada do colaborador.

Para os próximos ciclos, a agenda contempla ações voltadas ao aprimoramento da governança de pessoas, ao desenvolvimento de talentos, à ampliação de programas de reconhecimento e ao fortalecimento da **marca empregadora**.



Acervo de fotos Cacau Show.





Gestão de Performance e Desenvolvimento de Pessoas

GRI 2-29 | 404-2 | 404-3

Monitoramento de indicadores e governança de performance

A área mantém acompanhamento contínuo de indicadores estratégicos relacionados à gestão de pessoas e ao desempenho organizacional, como absenteísmo, horas extras, banco de horas, clima organizacional e desligamentos. Esse monitoramento contribui para ampliar a visibilidade sobre a dinâmica das equipes e apoiar decisões mais assertivas por parte das lideranças.

Como parte da governança de resultados, a companhia realiza mensalmente a **Reunião de Performance (ReP)**, na qual lideranças apresentam seus indicadores ao presidente, ao Comitê Executivo, a membros do Conselho Consultivo e ao Comitê de Performance. O encontro possibilita acompanhar o desempenho das metas, discutir indicadores críticos e definir planos de ação para eventuais ajustes de rota.

De forma **transversal**, a área também avançou na **estruturação e automação de indicadores estratégicos**, além da integração dos dados de pessoas à tomada de decisão estratégica, ampliando a capacidade de análise e acompanhamento de temas como entrevistas de desligamento e indicadores relacionados à jornada de trabalho. Esse avanço fortalece uma gestão cada vez mais orientada por dados e contribui para decisões mais rápidas e embasadas.

Para o próximo ciclo, o foco estará na implantação de indicadores de previsibilidade, no acompanhamento do engajamento dos colaboradores e no fortalecimento da governança das reuniões de indicadores, ampliando a visão integrada da atuação da área em todos os negócios da companhia.

Gestão de performance e ciclo avaliativo

O principal instrumento de acompanhamento do desempenho é o Ciclo Potencialize, que estimula o protagonismo e o autodesenvolvimento dos colaboradores com foco na superação de resultados e na vivência dos valores organizacionais. O ciclo é estruturado em quatro etapas principais:

- **Combinar:** definição e desdobramento das metas;
- **Avaliar:** análise dos resultados e avaliação de competências, podendo ocorrer em formato 90°, 180° ou 360°;
- **Desenvolver:** discussões em comitês de talentos, *feedbacks* estruturados e construção de Planos de Desenvolvimento Individual (PDIs);
- **Reconhecer:** etapa que conecta desempenho aos processos de reconhecimento e ciclo salarial.

Esse modelo garante maior clareza sobre expectativas, metas e oportunidades de evolução profissional, contemplando atualmente posições que vão da presidência aos cargos administrativos.

Indicadores do ciclo de performance

Os resultados mais recentes do ciclo evidenciam o alcance e a maturidade da gestão de desempenho na organização. Os dados apresentados referem-se ao ciclo concluído em 2024, enquanto as avaliações, *feedbacks* e PDIs referentes a 2025 serão realizados no ciclo de 2026.

No período, foram registrados:

- **2.177 Planos de Desenvolvimento Individual (PDIs) ativos**, abrangendo **75,28% dos colaboradores elegíveis**;
- **739 colaboradores participantes de *feedbacks* formais**, totalizando **4.954 devolutivas estruturadas**;
- **93,19% de avaliações concluídas** em relação ao total elegível;
- **1.013 lideranças participantes das bancas de calibração**, fortalecendo consistência e equidade nas avaliações;
- **36 colaboradores participantes de mentorias e programas estruturados de desenvolvimento**, como o LíderLab;
- **15% das admissões elegíveis ao ciclo de performance**.

As **bancas de calibração** desempenham papel relevante no processo, ampliando a visão sobre o desempenho e reduzindo possíveis vieses individuais nas avaliações, por meio da análise coletiva dos resultados e do potencial de desenvolvimento dos colaboradores.



Gestão de Performance e Desenvolvimento de Pessoas

GRI 2-29 | 404-2 | 404-3

Desenvolvimento, reconhecimento e movimentações

Os resultados do ciclo de performance evidenciam a relevância da gestão estruturada de talentos e das oportunidades de crescimento na organização. Em 2025, foram registradas as seguintes movimentações:

Esses movimentos reforçam o compromisso com a **progressão de carreira** e com a criação de **trajetórias de crescimento** alinhadas às necessidades do negócio e às **aspirações dos colaboradores**.





Saúde e Segurança do Trabalho

CR1 403-1 | 403-4 | 403-5 | 403-6 | 403-9

A promoção da saúde, segurança e bem-estar dos colaboradores permanece como um pilar essencial das operações, sustentada por ações contínuas de prevenção, capacitação e engajamento que contribuem para o fortalecimento da cultura de segurança. Em 2025, a área de Segurança do Trabalho seguiu atuando de forma estratégica na identificação de riscos, no atendimento às normas regulamentadoras e na disseminação de boas práticas, apoiando a construção de um ambiente cada vez mais seguro e produtivo.

Em 2025, a taxa consolidada de **frequência de acidentes** foi de **10,65**, indicador que segue sendo monitorado periodicamente para direcionar planos de ação preventivos e reforçar a melhoria contínua dos processos.

Indicador	2022	2023	2024	2025
Taxa de frequência consolidada	25,23	14,80	10,47	10,65
Taxa de gravidade consolidada	94,40	59,80	35,32	55,11

SIPATMAQ e DSTs 2025

Entre os dias 28 de julho e 1º de agosto de 2025, realizamos a **SIPATMAQ – Semana Integrada de Prevenção de Acidentes, Meio Ambiente e Qualidade**, fortalecendo a integração entre segurança, sustentabilidade e qualidade nas operações. O evento contou com mais de 200 participações ao longo da semana, envolvendo colaboradores de diferentes áreas e turnos.

A programação incluiu iniciativas interativas e educativas, como:

- **Roleta premiada**, estimulando o engajamento por meio de dinâmicas sobre segurança;
- **Stand de EPIs**, com orientações práticas sobre a correta utilização e finalidade de cada equipamento;
- **Palestra com o Corpo de Bombeiros**, abordando noções de primeiros socorros;
- **Jogo do tabuleiro humano**, com perguntas relacionadas à SIPATMAQ e à prevenção de riscos;
- **Palestra sobre sustentabilidade**, conectando práticas sustentáveis ao dia a dia das pessoas;
- **Exames de vista**, promovendo o cuidado preventivo com a saúde;
- **Jogos e dinâmicas voltados à qualidade**, reforçando a cultura de melhoria contínua.

Além da semana temática, ao longo do ano foram realizados mais de **50 Diálogos de Segurança do Trabalho (DSTs)**, abordando temas como: transporte manual de cargas, uso adequado de EPIs, atos inseguros, NR 17 (ergonomia), cultura de segurança comportamental, principais causas de acidentes, segurança no trajeto, uso correto de faixas e escadas, descarte adequado de resíduos, pilotagem segura de motocicletas, entre outros.

Programas de saúde física e mental

Em parceria com a **Unimed**, disponibilizamos o programa **“Cuidando de Perto”**, que oferece acompanhamento voltado à saúde física e mental dos colaboradores. A iniciativa contempla acesso a psicólogos, apoio especia-

lizado direcionado ao **Transtorno do Espectro Autista (TEA)** e orientações para promoção da qualidade de vida, reforçando uma abordagem integral do cuidado.

Estrutura de prevenção e governança

Contamos com uma **Brigada de Incêndio** que realiza encontros periódicos para capacitação, simulações e treinamentos de primeiros socorros, assegurando preparo para emergências. A **CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes)** mantém atuação ativa na identificação de riscos e no acompanhamento de melhorias no ambiente de trabalho, fortalecendo a participação dos colaboradores na gestão preventiva. Como complemento a essa estrutura, a organização promove a **Hora Show**, um encontro mensal dedicado ao compartilhamento de resultados, alinhamento da visão e dos direcionadores estratégicos e fortalecimento da comunicação entre áreas, contribuindo para maior integração e engajamento dos colaboradores com os temas de segurança e desempenho organizacional.

O conjunto dessas ações evidencia nosso compromisso com a promoção de um ambiente seguro, saudável e sustentável, no qual a prevenção é incorporada à rotina e compartilhada por todos. Portanto, as iniciativas implementadas ao longo de 2025 reforçam a evolução consistente da gestão de saúde e segurança, evidenciando uma abordagem integrada que combina prevenção, capacitação, cuidado e participação ativa dos colaboradores. Esse conjunto de práticas sustenta a melhoria contínua dos indicadores, fortalece a cultura organizacional e reafirma o compromisso da companhia em proporcionar condições de trabalho seguras, saudáveis e alinhadas aos princípios de sustentabilidade e valorização das pessoas.



SIPATMAQ

07/25



SIPATMAQ

07/25



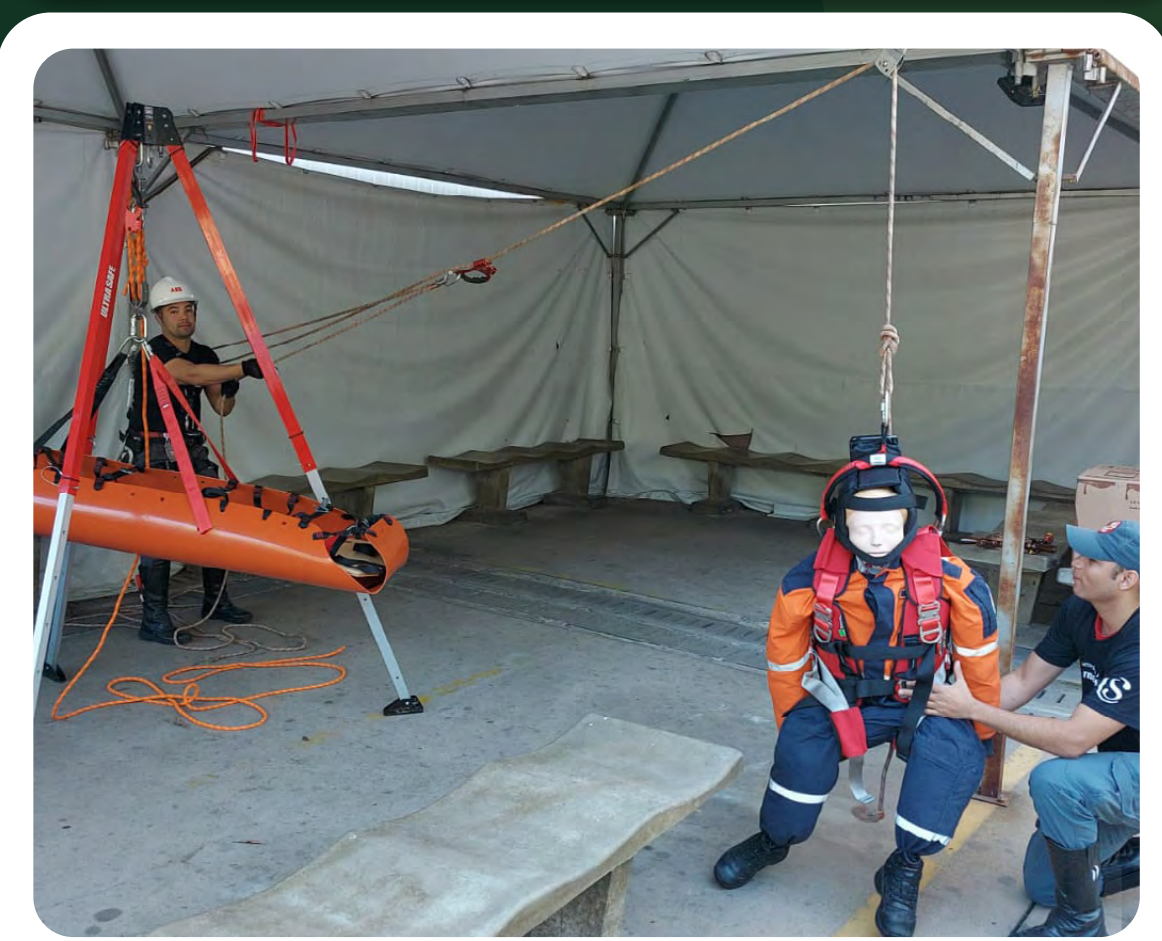
SIPATMAQ

07/25



SIPATMAQ

07/25



SIPATMAQ

07/25

Instituto Cacau Show

GRI 413-1

O Instituto Cacau Show é a frente social da Cacau Show dedicada à promoção do desenvolvimento integral de crianças, adolescentes e jovens por meio da educação, cultura e formação cidadã. Fundado em 2009, o Instituto contava, até 2024, com unidades em Linhares e em Itapevi, onde mantém duas frentes de atuação que ampliam o alcance de suas iniciativas e fortalecem sua presença nos territórios atendidos. Em 2025, o **Instituto avançou em sua estratégia de expansão** com a **inauguração da unidade de Itu**, em 5 de setembro. O espaço possui capacidade para atender até **800 educandos** e conta atualmente com **218 participantes**, seis colaboradores, oito salas de atividades e pátio destinado à realização de palestras e encontros coletivos. A iniciativa tem como objetivo promover o protagonismo juvenil e preparar adolescentes da região para os desafios contemporâneos, com foco em ética, cidadania e autonomia. Como desdobramento dessa jornada formativa, o Instituto também vislumbra, no futuro, ampliar as oportunidades de inserção profissional dos educandos, incluindo o encaminhamento para vagas de jovem aprendiz no Cacau Park, fortalecendo a conexão entre formação educacional, desenvolvimento de competências e empregabilidade.

Outro marco relevante foi a **inauguração da Escola de Música em Itapevi**, implementada por meio da Lei Rouanet e parcerias institucionais. A iniciativa recebeu mais de **1.500 inscrições para 288 vagas** e conta atualmente com **173 alunos matriculados** em cursos de guitarra, canto, violão, teclado, contrabaixo e bateria. Voltada a pessoas a partir de 12 anos com renda familiar de até R\$ 4 mil, a escola amplia o acesso à educação musical de qualidade e promove impacto social por meio da arte. Em 2025, os participantes realizaram apresentações organizadas em nove bandas e produziram dez videoclipes, evidenciando avanços técnicos, criativos e socioemocionais.

Nesse sentido, o Instituto Cacau Show estrutura sua atuação por meio de programas educacionais, iniciativas culturais e oportunidades de qualificação profissional que fortalecem o protagonismo juvenil e ampliam perspectivas de futuro para as comunidades atendidas. Em 2025, a organização alcançou **2.155 educandos**, consolidando sua presença territorial e reafirmando a efetividade de sua proposta socioeducativa ao integrar aprendizagem acadêmica, desenvolvimento de competências socioemocionais e vivências artísticas que contribuem para a formação integral de crianças, adolescentes e jovens.



Educar com afeto, inspirar com propósito e transformar com impacto.



Acevo de fotos Cacau Show.



Instituto Cacau Show

GRI 413-1



Programas educacionais e formativos

O Instituto organiza suas ações a partir de três programas principais. **O Programa Infância**, destinado a crianças de 7 a 14 anos, prioriza o desenvolvimento em português, matemática e habilidades socioemocionais, que representam cerca de **70% a 80% da carga formativa**. Complementarmente, a dimensão cultural com atividades como capoeira, dança, música e percussão contribuem para a ampliação do repertório artístico, fortalecimento da autoestima e estímulo ao pertencimento.

O **Programa Pré-inspire** é uma iniciativa do Instituto Cacau Show direcionada a adolescentes de 11 a 14 anos, com o propósito de promover seu desenvolvimento integral em uma fase estratégica da formação pessoal e educacional. A proposta combina fortalecimento acadêmico, estímulo às competências socioemocionais e ampliação de repertório cultural, preparando os participantes para os próximos ciclos formativos.

Já o **Programa Inspire**, voltado a jovens de 15 a 19 anos, é estruturado na metodologia de Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP), na qual os educandos investigam desafios reais e desenvolvem soluções conectadas ao território onde vivem. Os projetos são organizados em eixos como diversidade, arte e cultura, empreendedorismo, meio ambiente e tecnologia, estimulando pensamento crítico, autonomia, protagonismo e trabalho colaborativo. A partir de 2026, o Inspire passará a ter formato anual, ampliando a jornada formativa e possibilitando maior aprofundamento dos conteúdos e das entregas. Entre os aprimoramentos implementados, destacam-se a inclusão de cursos de tecnologia como Excel, PowerPoint e Canva com inteligência artificial, além de conteúdos de computação e IA aplicada ao cotidiano, e o reforço pedagógico em matemática e comunicação, com foco em raciocínio lógico e expressão oral e escrita.

Também foi ampliada a permanência dos educandos até os 19 anos, permitindo que jovens que concluíam o ensino médio permaneçam por mais um ano no Instituto, fortalecendo sua preparação acadêmica e profissional.

Educação Integral

Desde sua criação, o Instituto Cacau Show (ICS) dedica-se à oferta de atividades no contraturno escolar. Com a iniciativa da Prefeitura de Itapevi de ampliar o atendimento em período integral e a construção de novas unidades escolares no município, o Instituto passou a investir em modelos de educação integral capazes de garantir resultados pedagógicos de excelência.

Esse movimento levou à identificação da proposta **Escola da Escolha**, desenvolvida pelo Instituto de Corresponsabilidade pela Educação (ICE), reconhecida nacionalmente e aplicada em diversos municípios do país.

Atualmente, o município conta com oito Escolas de Tempo Integral em funcionamento, e a 9ª ETI, localizada no Jardim Cruzeiro, encontra-se em fase de construção. A expansão desse modelo fortalece uma política educacional voltada ao desenvolvimento integral dos estudantes e à promoção de oportunidades educacionais de qualidade para a comunidade.

A parceria entre o Instituto e a Secretaria de Educação de Itapevi estabelece uma estrutura de gestão colaborativa, orientada a **transformar diretrizes pedagógicas em práticas concretas no cotidiano escolar**. Por meio do acompanhamento contínuo, da formação permanente de educadores e da análise sistemática de dados e indicadores, a iniciativa busca garantir avanços consistentes e mensuráveis, permitindo intervenções pedagógicas mais assertivas e a replicação de experiências bem-sucedidas.

Os dados mais recentes do **Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB)** evidenciam avanços significativos nas Escolas de Tempo Integral. Na ETI Irany Toledo de Moraes, por exemplo, a nota passou de 5,4 em 2021 para 7,1 em 2023. Na ETI Tarsila do Amaral, a nota evoluiu de 5,6 para 6,6 no mesmo período, enquanto a ETI Magali Trevisan registrou crescimento da nota de 5,3 para 6,4, entre outros resultados relevantes. A melhoria nos indicadores educacionais demonstra que a ampliação do tempo escolar, aliada a práticas pedagógicas estruturadas, contribui não apenas para o desempenho acadêmico, mas também para a formação integral dos estudantes.

Avaliação da Aprendizagem

Ao longo do ano, realizamos o acompanhamento sistemático da Avaliação da Aprendizagem, compreendendo esse processo como parte fundamental do cuidado com o percurso formativo de cada educando. A avaliação está alinhada à Base Nacional Comum Curricular (BNCC), que orienta e fundamenta o trabalho pedagógico, assegurando a aderência às habilidades essenciais previstas para cada etapa de ensino.

A prova contempla as áreas de Língua Portuguesa, Matemática e Produção Textual, permitindo uma análise integrada das competências desenvolvidas pelos educandos. Mais do que um instrumento diagnóstico interno, essa avaliação também contribui para o fortalecimento do desempenho escolar. A análise criteriosa dos resultados permite identificar desafios, orientar intervenções pedagógicas e acompanhar a consolidação das aprendizagens.

Instituto Cacau Show

GRI 413-1

Além disso, a Avaliação da Aprendizagem integra o processo seletivo do Programa Jovem Aprendiz. Para participar, os candidatos precisam ter realizado ao menos duas edições da avaliação.

Entre os resultados observados, destacam-se avanços importantes em diferentes habilidades avaliadas. Na área de Língua Portuguesa, a habilidade **EF08LP04**, relacionada à produção textual com uso de conhecimentos linguísticos, apresentou evolução no 8º ano, passando de 5% para 47% de desempenho.

Em Linguagens e suas Tecnologias, a habilidade **EM13LGG702**, que aborda o uso crítico das tecnologias digitais, registrou crescimento significativo: na 1ª série do ensino médio, os resultados **evoluíram de 40% para 74%**, e na **2ª série, de 45% para 81%**.

Na área de Matemática, a habilidade EF02MA05, referente à construção de fatos básicos da adição e subtração no 3º ano do ensino fundamental, **avançou de 42% para 85%**. Já a habilidade **EM13MAT102**, relacionada à leitura crítica de gráficos e dados estatísticos na 2ª série do Ensino Médio, **evoluiu de 24% para 62%**.

Os resultados evidenciam que o uso intencional de dados para orientar as práticas pedagógicas tem contribuído de forma significativa para o avanço das aprendizagens. Desse modo, o Instituto segue comprometido com o acompanhamento contínuo, a qualificação das intervenções pedagógicas e o desenvolvimento integral dos educandos, consolidando uma prática avaliativa formativa, consistente e alinhada às diretrizes educacionais nacionais.

Expo Inspire e protagonismo juvenil

A **Expo Inspire** é uma feira anual de apresentação dos projetos desenvolvidos pelos jovens do Programa Inspire, iniciativa do Instituto Cacau Show voltada a adolescentes de 15 a 19 anos. Estruturado na metodologia de Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP), o programa organiza os educandos em grupos que, ao longo do ano, investigam desafios reais e constroem soluções a partir de eixos como diversidade, arte e cultura, empreendedorismo, empreendedorismo social, meio ambiente, tecnologia, entre outros. Ao final do ciclo, os projetos são apresentados à comunidade, equipe pedagógica e parceiros no evento que celebra as entregas e os aprendizados construídos.

A última edição foi realizada em 14 de novembro de 2025, em Itapevi, reunindo **490 educandos**, além de familiares, parceiros e representantes institucionais. Ao todo, foram apresentados **94 projetos desenvolvidos ao longo do ano**, distribuídos em diferentes eixos temáticos. O evento cumpre o papel de consolidar o percurso formativo, permitindo que os jovens compartilhem pesquisas, exponham resultados relacionados aos territórios onde vivem e exercitem competências como comunicação, argumentação e trabalho em equipe.



Expo Inspire 14/11/25



Instituto Cacau Show

GRI 413-1

Os jovens desenvolvem uma ampla diversidade de ideias e soluções ao longo do programa. Entre os trabalhos apresentados, dois exemplos ilustram a variedade temática e a profundidade das abordagens construídas. O projeto “Sincretismo Religioso”, desenvolvido no eixo Diversidade, promoveu a ampliação do conhecimento sobre pluralidade religiosa e identidade cultural brasileira. A proposta incluiu saída pedagógica a um templo, produção de documentário e criação do baralho “Sincretismo Divino”, proporcionando uma aprendizagem vivencial, lúdica e significativa, além de fortalecer valores como respeito, inclusão e cidadania. De forma complementar, o projeto “Jornada do Cliente – Programa Jovem Aprendiz” explorou o tema da experiência do cliente e sua relação com a construção de marca. Durante o processo de Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP), os educandos entrevistaram o responsável pelo programa Cacau Lovers, obtendo insights sobre práticas que impactam a jornada do consumidor. Como resultado, desenvolveram um jogo de tabuleiro educativo que apresenta as etapas da experiência do cliente e sua conexão com o mercado de trabalho, contribuindo para a preparação dos jovens para futuras oportunidades profissionais.

A Expo Inspire evidencia ganhos consistentes no desenvolvimento de pensamento crítico, comunicação oral e escrita, autonomia, empatia e resolução de problemas. Ao proporcionar um espaço de visibilidade e reconhecimento para as produções juvenis, o evento reforça o protagonismo dos educandos e consolida a educação como instrumento de transformação social, fortalecendo vínculos com a comunidade e ampliando perspectivas de futuro.



Expo Inspire 14/11/25

Acervo de fotos Cacau Show.



Expo Inspire

14/11/25



Expo Inspire

14/11/25



Expo Inspire

14/11/25



Expo Inspire

14/11/25



Expo Inspire

14/11/25



Instituto Cacau Show

GRI 413-1

Simulação da Assembleia da ONU

Em setembro de 2025, participamos da Simulação da Assembleia da ONU realizada pelo Colégio Fernão Gaivota – Maple Bear, em Alphaville. Quinze educandos do Programa Inspire foram selecionados para a atividade, que promove o aprendizado por meio de debates estruturados, pesquisas sobre diferentes países, desenvolvimento de habilidades de negociação e construção de alianças, ampliando o repertório cultural e a compreensão do cenário internacional.

No final de outubro, ocorreu o CSAMUN, simulação da Assembleia da ONU promovida pelo Colégio Santo Américo, em São Paulo. Oito jovens do Programa Inspire participaram da atividade, que contou com três dias de debates e negociações. A experiência proporcionou aos educandos contato com diferentes perspectivas culturais e a oportunidade de discutir temas contemporâneos e socialmente relevantes, contribuindo para sua formação cidadã e para o desenvolvimento de competências socioemocionais.

Em ambas as simulações, os jovens representaram países e comissões oficiais da ONU, como o Banco Mundial e o Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados (ACNUR), exercitando pensamento crítico, argumentação, diplomacia e trabalho em equipe.

Arte, cultura e impacto social

A dimensão cultural constitui um elemento central da proposta pedagógica do Instituto. Nesse contexto, em novembro de 2025, foi realizado o espetáculo “**O Legado – Laços, Nós e Caminhos de um Povo que Ensina a Viver**”, que expressa, em sua mensagem, a compreensão de que o legado é aquilo que permanece e ensina valores, saberes e ações que atravessam o tempo e impactam as ge-

rações futuras. No Brasil, esse legado é construído sobretudo pela educação, entendida como um processo coletivo, afetivo e transformador. Há 16 anos, o **Instituto Cacau Show** vem tecendo essa trajetória no território de Itapevi, onde a educação se consolida como instrumento de superação de desafios sociais, culturais e educacionais, por meio de iniciativas que fortalecem autoestima, expressão artística, pertencimento e consciência crítica, contribuindo para a formação integral de crianças, adolescentes e jovens.

O evento foi realizado no Teatro de Barueri reunindo **217 educandos do Programa Infância e 1.136 convidados**, celebrando a sabedoria cotidiana do povo brasileiro que, mesmo diante das adversidades, segue construindo caminhos de conhecimento, resistência e esperança, um legado que se renova a cada geração. A iniciativa contou com o apoio de parceiros como Unisolucões, Bilheteria Express e Taipastur, além do engajamento de famílias e da comunidade local.

Dessa forma, ao integrar arte, educação e participação comunitária, o Instituto Cacau Show reforça o papel da cultura como ferramenta de desenvolvimento humano e transformação social. Iniciativas como o espetáculo evidenciam a potência das experiências artísticas na formação de valores, no fortalecimento de vínculos e na ampliação de horizontes, contribuindo para que crianças e adolescentes reconheçam seu protagonismo e construam trajetórias pautadas em pertencimento, criatividade e esperança.

Conexão com o mundo do trabalho

No eixo de empregabilidade, o Instituto Cacau Show atua como ponte entre formação socioeducativa e inserção profissional, promovendo o encaminhamento de jovens para vagas de **jovem aprendiz** nas empresas do grupo e

parceiros. A iniciativa amplia o acesso a oportunidades reais de aprendizado, desenvolvimento profissional e crescimento pessoal, proporcionando experiências alinhadas às demandas do mercado e inspiradas pelos valores de uma das maiores marcas do país.

A jornada formativa combina dimensões práticas e humanas, preparando os participantes não apenas para o trabalho, mas também para a construção de seus projetos de vida. Nesse contexto, os jovens vivenciam um período inicial de 21 dias de imersão, com oficinas práticas, desenvolvimento de projetos em diferentes áreas e momentos de reflexão sobre trajetória profissional e perspectivas futuras. Posteriormente, o contrato de aprendizagem tem duração de 15 meses, com possibilidade de efetivação ao término do ciclo.

Para cada vaga disponibilizada, são indicados três candidatos, estratégia que amplia as chances de inserção profissional e permite que participantes não selecionados permaneçam aptos a processos futuros. Complementarmente, a **unidade do Centro de Itapevi** oferece cursos profissionalizantes gratuitos à comunidade adulta em parceria com o SENAI, contemplando áreas como tecnologia, redes, logística e Office avançado, incluindo *Power BI*, contribuindo para o fortalecimento da qualificação profissional no território.

Como resultado, o Instituto consolida sua atuação como agente de transição entre educação e trabalho, promovendo autonomia, geração de oportunidades e mobilidade social. Ao integrar formação técnica, desenvolvimento socioemocional e articulação com o setor produtivo, a iniciativa amplia horizontes e fortalece trajetórias profissionais sustentáveis para jovens e adultos das comunidades atendidas.



O LEGADO

Educação que transforma gerações



Acervo de fotos Cacau Show.

Somos feitos dos **laços que criamos,**
dos **caminhos que trilhamos**
e dos **saberes** que escolhemos deixar como **legado.**



Espectáculo “O Legado”

11/25



Espectáculo “O Legado”

11/25



Espectáculo “O Legado”

11/25



Espectáculo “O Legado”

11/25



Espectáculo “O Legado”

11/25



Acervo de fotos Cacau Show.

Carinho, dedicação e **muito trabalho:**
o Instituto Cacau Show
é um dos nossos **maiores orgulhos.**



Cacau Lovers Lovers pela Causa

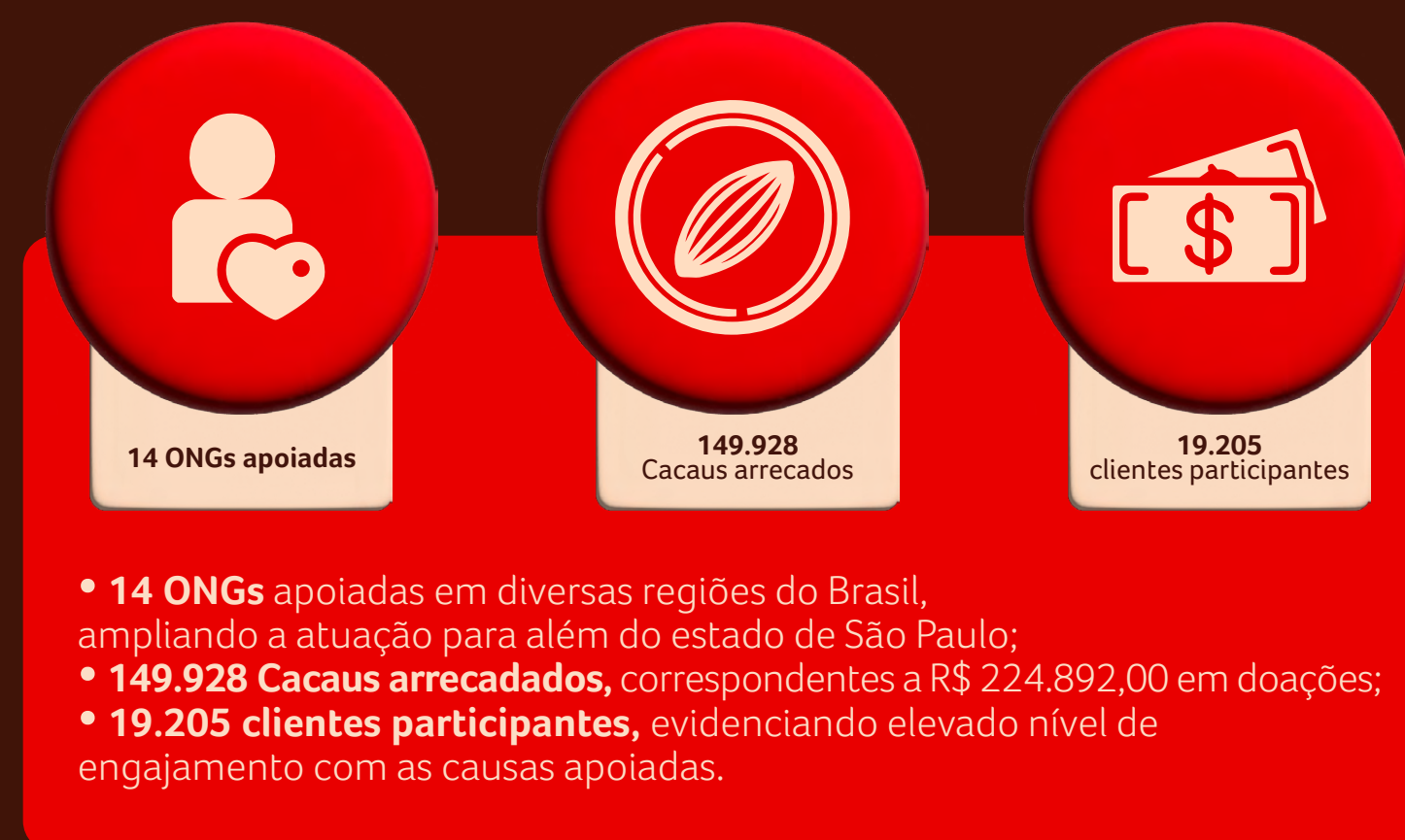
CR1 2-29 | 413-1

O Programa Cacau Lovers fortalece o engajamento dos clientes e amplia o impacto social ao possibilitar que os Cacaos acumulados sejam convertidos em doações destinadas a instituições parceiras, por meio da iniciativa **Lovers pela Causa**. A ação conecta o relacionamento com a marca à geração de valor para a sociedade, beneficiando diretamente organizações e comunidades em diferentes regiões do país.

O processo do Lovers pela Causa permanece estruturado para garantir governança, rastreabilidade e escalabilidade da iniciativa, contemplando etapas como:



Em 2025, o programa expandiu seu alcance geográfico e apresentou resultados expressivos:



Quando comparados a 2024, os resultados alcançados em 2025 evidenciam um aumento no engajamento dos clientes com a iniciativa Lovers pela Causa, refletido na ampliação do número de participantes e na expansão das instituições beneficiadas. Dessa forma, esse avanço demonstra a consolidação do programa como um importante canal de mobilização para causas sociais, reforçando a aderência dos clientes à proposta de transformar fidelidade em impacto positivo.

Papel do Lovers pela Causa e integração entre áreas

O time de Lovers atua como intermediador das doações realizadas pelos clientes, sendo responsável por viabilizar a conversão dos Cacaos em recursos financeiros e garantir o repasse às organizações apoiadas. De forma complementar, a iniciativa conta com a atuação integrada de diferentes áreas da companhia: a área de Sustentabilidade estabelece a interlocução institucional com as ONGs, enquanto o Instituto Cacau Show desempenha papel fundamental no apoio e validação das instituições parceiras. Em 2025, o RH passou a integrar essa dinâmica de forma mais estruturada, promovendo o engajamento dos colaboradores por meio de ações internas e iniciativas de voluntariado.

Nesse contexto, a integração com o RH foi intensificada ao longo do ano, possibilitando que instituições como a SP Invisível e a ADEVA, além de receberem doações do programa, participassem de atividades de voluntariado conduzidas pela área. Essa atuação conjunta — envolvendo clientes, colaboradores, o Instituto Cacau Show e o time de Sustentabilidade — fortalece a consistência e amplia o alcance das iniciativas sociais desenvolvidas.



Cacau Lovers Lovers pela Causa

CR1 2-29 | 413-1

Evolução e transparência do programa

Para ampliar o impacto e garantir maior transparência e governança, o programa mantém um modelo estruturado que possibilita apoiar um número crescente de instituições e regiões, fortalecendo parcerias contínuas e contribuindo para a sustentabilidade dos projetos beneficiados.

Em 2025, as organizações apoiadas ao longo do ano foram:



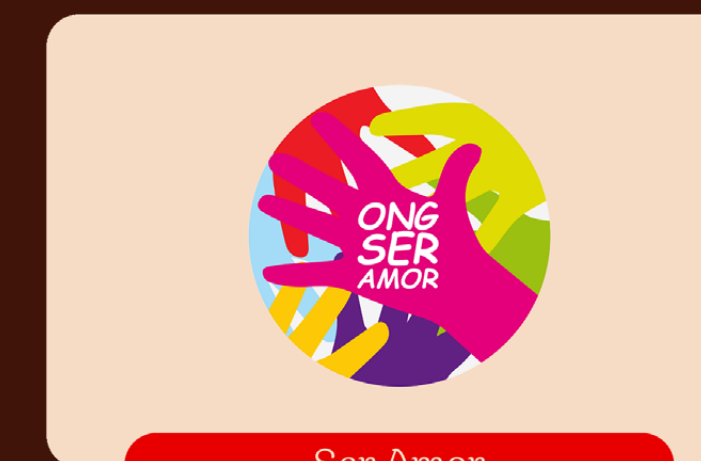
IAMI



Alan Jr.



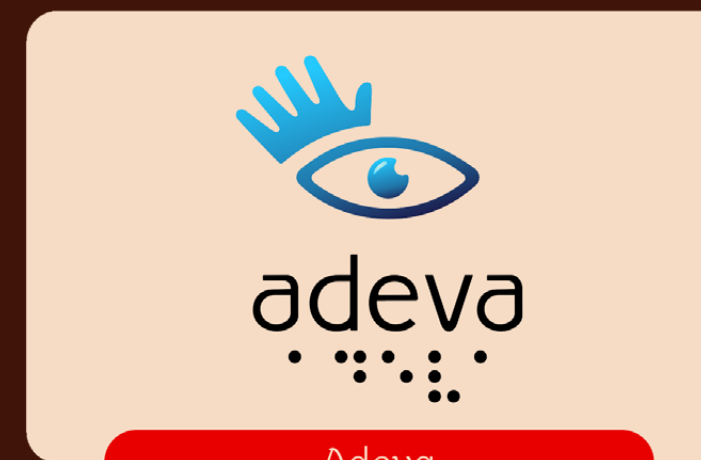
RedeMar



Ser Amor



UPAS SP



Adeva

Como resultado, o Lovers pela Causa consolida-se como uma iniciativa relevante de mobilização social, na qual cada contribuição dos clientes se traduz em benefícios concretos para as organizações apoiadas. A evolução observada reforça o compromisso da companhia com a transformação social, a geração de valor compartilhado e o fortalecimento de um ecossistema de impacto positivo conectado à sua base de consumidores.



Seja o Milagre



Misturai



E.Sou



Rosa Mulher



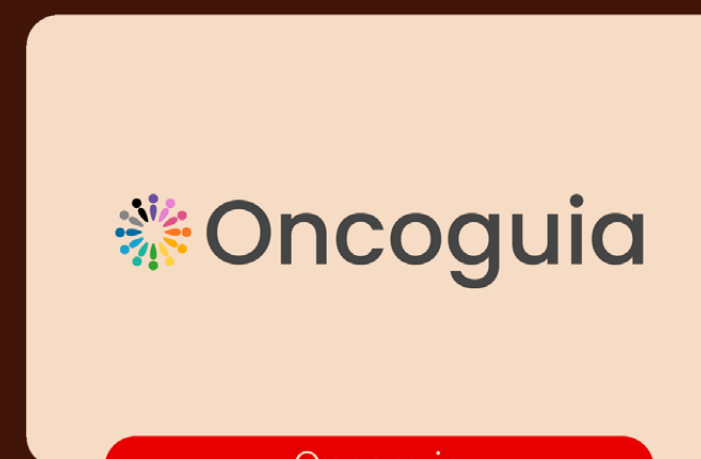
IPREDE



SP Invisível



Provopar



Oncoguia



Ações Sociais

CRI 2-29 | 413-1

Ao longo de 2025, a atuação social da Companhia reforçou o **compromisso de gerar impacto positivo nas comunidades**, combinando investimento social, parcerias institucionais e o engajamento ativo de colaboradores em iniciativas de voluntariado. As ações foram conduzidas de forma integrada entre diferentes áreas da empresa, fortalecendo a governança das iniciativas e ampliando o alcance das atividades desenvolvidas ao longo do ano. No período, foram realizadas ações com foco em vulnerabilidade social, diversidade, saúde, inclusão e apoio a crianças e famílias em situação de fragilidade, envolvendo os colaboradores em atividades de arrecadação, mobilização e participação direta nas instituições beneficiadas. Entre as diversas iniciativas realizadas em 2025, destacam-se as ações apresentadas a seguir.

Ações Sociais

GRI 2-29 | 413-1

Páscoa do Bem

A Páscoa do Bem é uma iniciativa que acompanha a trajetória da Cacau Show desde os seus primeiros anos como franqueadora, refletindo, desde a sua origem, o compromisso da companhia com o cuidado, a solidariedade e o impacto social positivo. Ao longo dos anos, a ação foi se fortalecendo e ampliando seu alcance, até que, em **2020**, alcançou um marco histórico: a **distribuição de 1 milhão de ovos de Páscoa** para organizações sociais, hospitais, comunidades em situação de vulnerabilidade e profissionais de serviços essenciais em todo o país. Esse momento consolidou a Páscoa do Bem como um dos mais relevantes movimentos solidários da companhia, tornando-se uma **tradição anual** que materializa, na prática, os valores de empatia, generosidade e responsabilidade social da Cacau Show.

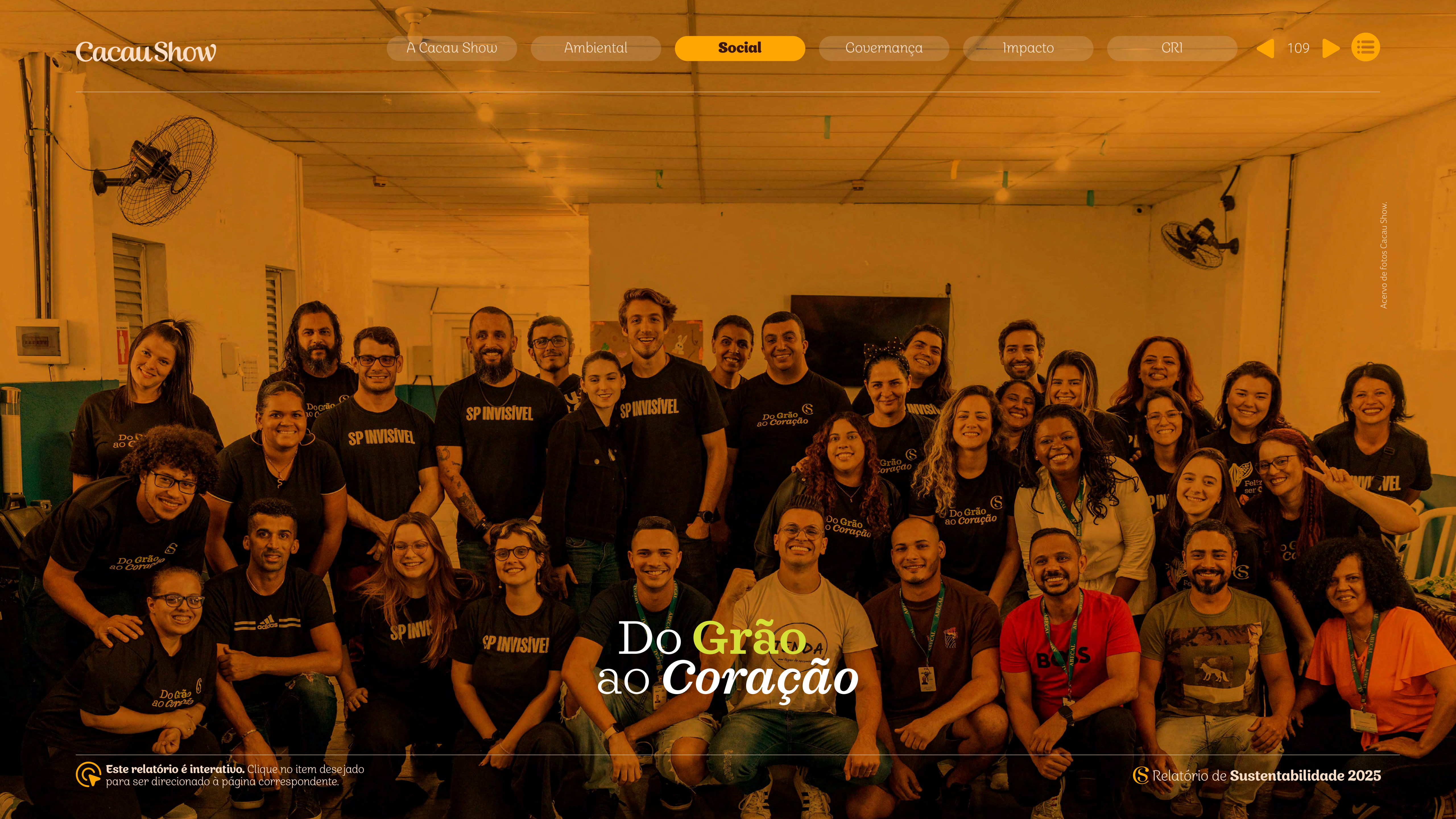
Em **2025**, a **Páscoa do Bem** reafirmou-se como um dos momentos mais relevantes da agenda social da Cacau Show, mobilizando uma **grande rede de pessoas, áreas internas, parceiros e voluntários** em torno de um propósito comum: fazer o bem. A iniciativa envolve uma **logística ampla e integrada**, que viabiliza o apoio **a mais de 4.938 instituições** em todo o país, ampliando o alcance da ação e garantindo o acesso de comunidades em situação de extrema vulnerabilidade e diferentes contextos de acessibilidade à celebração da Páscoa. Como já é tradição, o grupo de voluntariado da Cacau Show, **“Do Grão ao Coração”**, teve papel fundamental no apoio direto às entregas e ações em campo. Em 2025, o projeto contou com um **olhar especial para duas frentes prioritárias**: em parceria com a **ONG SP Invisível**, os voluntários atuaram diretamente com pessoas em situação de rua, promovendo a entrega de ovos de chocolate, marmittas e momentos de acolhimento que transformaram olhares e sorrisos. Paralelamente, outra frente de voluntários esteve mobilizada na zona sul de São Paulo, em parceria com a **ONG Seja o Milagre**, atendendo crianças das comunidades locais e crianças com deficiência física e neurológica, por meio de ações de cuidado, recreação e inclusão. Com o apoio do **Instituto Cacau Show**, a Páscoa do Bem 2025 reforçou seu papel como um movimento coletivo de impacto social, pautado pela empatia, pelo engajamento voluntário e pelo compromisso contínuo da companhia com a transformação social.

1 milhão de ovos de Páscoa

+4.938

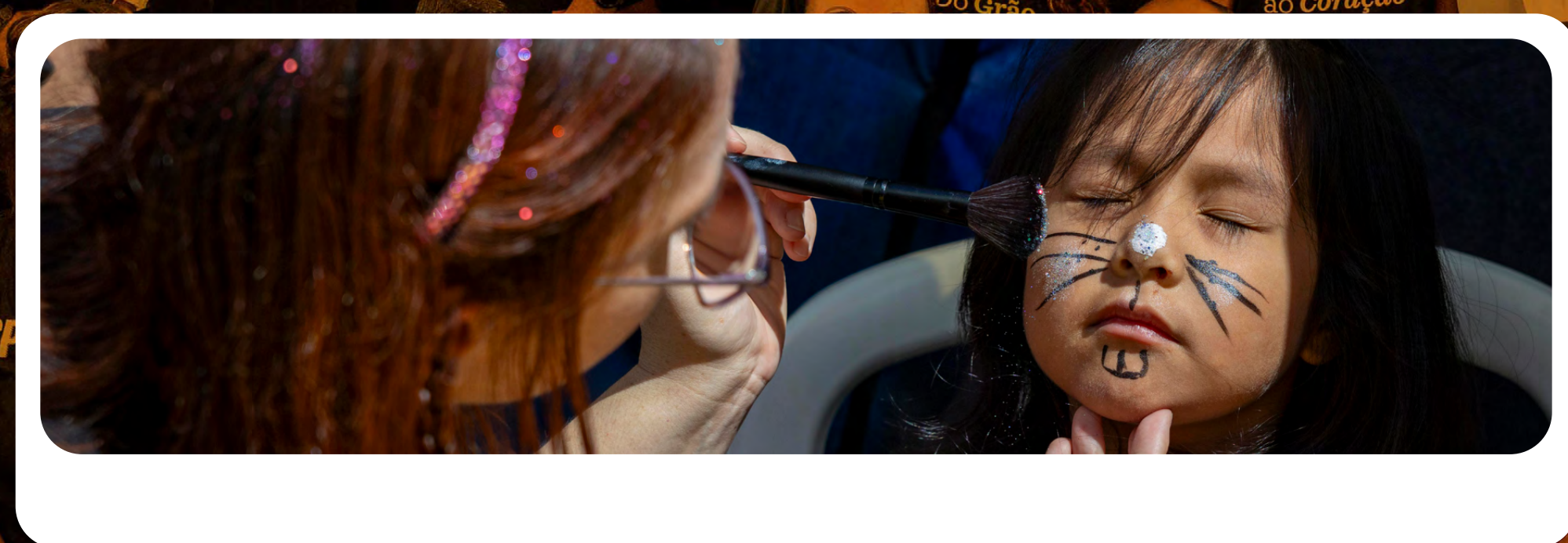
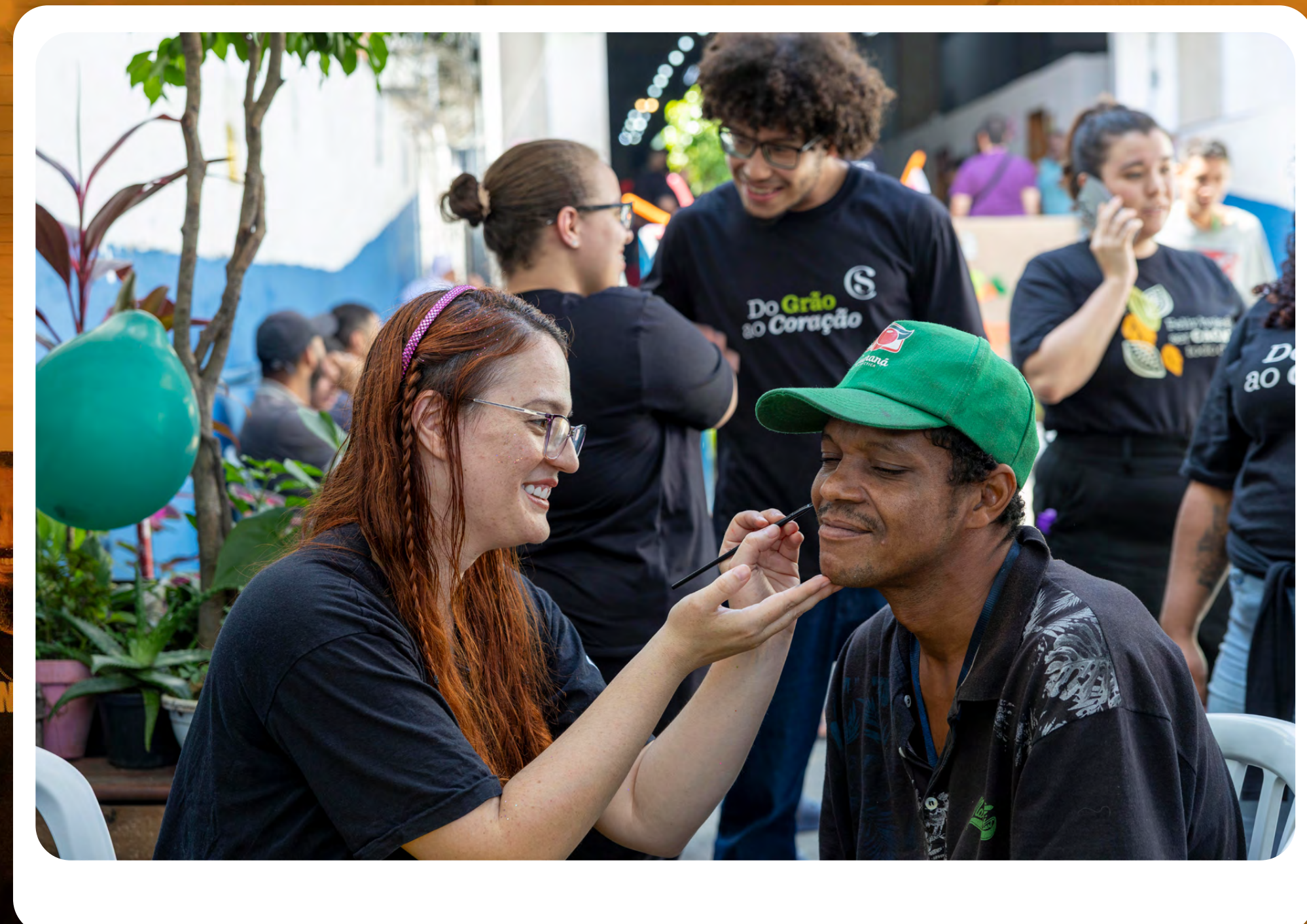
de instituições apoiadas em todo o país.





Acervo de fotos Cacau Show.

Do Grão ao Coração



Do Grão
ao Coração

Acervo de fotos Cacau Show.





Ações Sociais

GRI 2-29 | 413-1

Dentro da estrutura da própria Páscoa do Bem, insere-se também a frente beneficente denominada **Páscoa Solidária**, liderada pelo fundador e CEO, Alê Costa, que se mantém como uma ação complementar do calendário institucional, com destinação integral dos recursos arrecadados ao **GRAACC (Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer)**. Um dos principais destaques dessa iniciativa é o tradicional leilão beneficente de ovos de Páscoa, no qual a companhia produz peças exclusivas em grande escala incluindo **ovos de 7 kg, 70 kg e um ovo especial de 700 kg**, que são leiloadas junto a um grupo formado por empresários, artistas e parceiros próximos. **Todo o valor arrecadado é integralmente destinado ao GRAACC**, reforçando o compromisso social da empresa. Em 2025, apenas com o leilão dos ovos, foram arrecadados mais de R\$ 2,1 milhões, somados a doações diretas realizadas por Alê Costa e outros doadores, além de contribuições em itens e serviços, totalizando **R\$ 7 milhões destinados** à instituição. Adicionalmente, a empresa realizou a doação de aproximadamente **522 unidades** de ovos de Páscoa à instituição, fortalecendo o apoio ao tratamento de crianças e adolescentes com câncer. Ao longo dos anos, essa frente consolidou-se como um importante movimento de mobilização social e engajamento empresarial, estimulando a participação em causas capazes de promover transformações concretas na sociedade.

Desse modo, com o apoio estratégico do Instituto Cacau Show, responsável por fortalecer a governança e a viabilização das ações, a Páscoa do Bem reafirma-se como um dos principais movimentos sociais da companhia. Ao integrar mobilização institucional, logística estruturada, voluntariado e investimento social, a iniciativa consolida-se como uma expressão concreta dos valores de cuidado, empatia e generosidade que marcam a trajetória da Cacau Show, encerrando mais um ciclo anual com impacto positivo e conexão genuína com as comunidades atendidas.

Ações sociais com ONGs e campanhas temáticas

Ao longo do ano, a companhia promoveu diferentes iniciativas sociais em parceria com organizações da sociedade civil e com o engajamento ativo do time de Cultura Organizacional e colaboradores voluntários. Em maio, a ação conduzida junto à **Brinquedoteca Municipal de Itapevi (Mundo Brincar)** teve como foco mães atípicas, oferecendo um dia de cuidado, serviços de beleza e momentos de acolhimento voltados ao fortalecimento da autoestima e reconhecimento dos desafios associados à maternidade em contextos de complexidade.

Em setembro, a **experiência sensorial** realizada com a **ONG adeva** proporcionou uma vivência prática sobre o cotidiano de pessoas com deficiência visual, estimulando empatia, aprendizado e ampliação da consciência sobre diversidade e inclusão entre os colaboradores participantes.

No segundo semestre, a **campanha Outubro Rosa** mobilizou arrecadações de cabelos e cosméticos destinados a mulheres em tratamento de câncer de mama em parceria com a **ONG Rosa Mulher**, conectando conscientização e apoio concreto à saúde feminina. Encerrando o ciclo anual, a ação **Do Grão ao Coração**, desenvolvida com a **ONG Ser Amor**, promoveu arrecadação de alimentos e o apadrinhamento de cartas de crianças da comunidade local, fortalecendo o espírito solidário e a integração dos colaboradores em iniciativas natalinas.

De forma transversal, essas ações também contribuíram para o enfrentamento de diferentes demandas sociais, incluindo vulnerabilidade econômica, promoção da inclusão de pessoas com deficiência, cuidados relacionados à saúde da mulher e apoio à proteção da infância, ao mesmo tempo em que estimularam a participação dos colaboradores em práticas de voluntariado e ações de engajamento social.

Doação Teleton 2025

A parceria com o **Teleton Brasil** representa uma trajetória contínua de solidariedade e compromisso social que se fortalece a cada edição. Integrando essa mobilização há vários anos, a Companhia reafirma seu propósito de gerar impacto positivo e contribuir para a transformação de vidas. Mais do que uma contribuição financeira, a participação no Teleton traduz um gesto de cuidado e engajamento com pessoas que necessitam de acolhimento, reabilitação e oportunidades para reconstruir sua autonomia.

Em 2025, a atuação ocorreu em âmbito nacional, com a destinação de **R\$ 1 milhão** para apoiar **programas voltados à reabilitação e à inclusão de pessoas com deficiência**, ampliando o alcance das iniciativas e fortalecendo redes de apoio dedicadas à promoção da qualidade de vida desse público. Esse direcionamento está alinhado aos valores institucionais e encontra no Instituto Cacau Show uma importante expressão desse compromisso social contínuo.



Iniciativas sociais do grupo Playcenter

CRI 413-1

O compromisso social do Grupo Playcenter permaneceu fortalecido em 2025, acompanhando o processo contínuo de integração cultural e alinhamento aos valores institucionais da companhia, com foco na promoção da inclusão, do acesso ao lazer e da geração de experiências positivas para públicos em situação de vulnerabilidade. Nesse contexto, uma das **principais iniciativas realizadas** ao longo do ano foi o **Dia Nacional da Alegria (DNA)**, promovido pela ADIBRA (Associação Brasileira de Parques e Atrações) e pela APASG (Associação de Parques e Atrações da Serra Gaúcha), que tem como propósito proporcionar um dia gratuito de entretenimento para crianças atendidas por organizações sociais e entidades assistenciais. Em sua **16ª edição**, realizada em 9 de abril, a ação reuniu cerca de **1.200 crianças** em condição de vulnerabilidade social, distribuídas entre seis unidades do grupo, Playcenter Family Aricanduva e Grand Plaza (SP), além das Playlands dos shoppings Center Norte, Eldorado, Interlagos e União (SP), que abriram suas portas para uma programação dedicada à diversão, ao acolhimento e à convivência, promovendo momentos marcantes para crianças e responsáveis das instituições participantes.

DNA Aricanduva - SP



DNA Aricanduva - SP



Grand Plaza - SP



DNA Aricanduva - SP





Iniciativas sociais do grupo Playcenter

CR1 413-1

O Grupo Playcenter manteve a realização do **Dia Nacional da Pessoa com Deficiência em Parques (DNPPD)**, iniciativa promovida pela ADIBRA e pelo SINDEPAT (Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas), que incentiva a inclusão social por meio do lazer, oferecendo acesso gratuito às atrações para pessoas com deficiência. Em 2025, o evento foi realizado em 3 de dezembro, nas unidades Playcenter Family Aricanduva e Playcenter Family Grand Plaza (SP), reunindo mais de **500 participantes** entre crianças, familiares e instituições convidadas. Paralelamente, o Grupo mantém parcerias com instituições de relevância social, como a Make-A-Wish Brasil e o Hospital Martagão Gesteira, ampliando o apoio a crianças em tratamento de saúde e em situação de vulnerabilidade.

Nesse contexto de promoção da inclusão e do acesso ao lazer, o avanço das iniciativas de acessibilidade também se destacou ao longo do período, com a **manutenção do Selo do Amigo Autista**, obtido em 2022 e atualmente presente em todas as unidades do Grupo, evidenciando o compromisso permanente com a qualificação do atendimento e a criação de ambientes mais inclusivos. A renovação do selo está prevista para 2026 e, enquanto isso, as equipes seguem recebendo treinamentos e atualizações periódicas para assegurar a continuidade das boas práticas. Complementarmente, o Programa **Juntos no Play** permaneceu ativo em toda a rede, direcionado ao público com **Transtorno do Espectro Autista (TEA) e suas famílias**, contemplando o uso de cordão de identificação e atendimento adaptado às necessidades desse público. A iniciativa também conta com uma **política de acesso que prevê desconto exclusivo de 50%**, possibilitando que crianças e jovens de até 15 anos dentro do espectro autista usufruam das atrações de forma mais acessível. Adicionalmente, unidades do grupo receberam instituições da região do Shopping Grand Plaza (SP), promovendo experiências de lazer voltadas especialmente a crianças dentro do espectro autista. Esse conjunto de ações contribui para reduzir barreiras financeiras e sociais, ampliar o acesso ao lazer e estimular a participação e a convivência, reconhecendo as demandas adicionais frequentemente enfrentadas por essas famílias e reforçando o posicionamento do grupo em prol da equidade, do acolhimento e da inclusão efetiva.

Grand Plaza - SP



Grand Plaza - SP



Grand Plaza - SP





Sites Acessíveis

A construção de um ambiente digital inclusivo faz parte do nosso compromisso de promover equidade no acesso à informação, experiências e serviços. Nesse sentido, a acessibilidade torna-se um elemento fundamental para assegurar que diferentes públicos possam interagir com nossos conteúdos de forma autônoma e significativa.

Desde 2024, contamos com a ferramenta Rybená em nossos sites institucionais e de negócios, possibilitando a tradução de conteúdos para Libras e oferecendo funcionalidades adicionais de apoio à leitura, que beneficiam usuários com deficiência visual, intelectual ou condições que impactam a compreensão textual, como dislexia e daltonismo. A adoção dessa tecnologia reforça nosso compromisso em tornar a comunicação mais acessível e em aproximar diferentes públicos do universo da marca.

Mais do que a implementação de recursos tecnológicos, mantemos um acompanhamento contínuo da qualidade e fidelidade das interpretações apresentadas, assegurando que as mensagens transmitidas preservem a essência e o significado dos conteúdos originais.

Com olhar para o futuro, em 2026, planejamos o lançamento do novo site de Sustentabilidade e, com isso, temos a intenção também de incorporar as soluções de acessibilidade digital. A iniciativa tem como objetivo ampliar o acesso às informações socioambientais, fortalecer a transparência das nossas práticas e contribuir para uma jornada digital mais inclusiva, na qual diferentes públicos possam acompanhar e se engajar com nossos compromissos e resultados.

Conheça nossos sites:



Acervo de fotos Cacau Show.



Acervo de fotos Cacau Show.


Governança



Gestão dos Temas Materiais

GRI 3-3

A Cacau Show adota uma abordagem estruturada para a gestão dos temas materiais do pilar de governança, integrando-os à estratégia corporativa e aos processos operacionais da Companhia. A condução desses temas contempla a definição de diretrizes institucionais, a atribuição de responsabilidades entre áreas e instâncias decisórias, bem como a implementação de políticas, procedimentos e controles internos que orientam a atuação no dia a dia.

A gestão é apoiada por comitês, fóruns executivos e áreas técnicas responsáveis pelo desdobramento das diretrizes em planos de ação, monitoramento de indicadores e avaliação contínua de riscos e oportunidades associados aos temas prioritários. Esse processo contempla ainda a interlocução com partes interessadas, o acompanhamento de requisitos legais e normativos e a adoção de mecanismos de melhoria contínua.

O desempenho relacionado aos temas materiais é periodicamente acompanhado por meio de indicadores internos, reportes gerenciais e instâncias de governança, possibilitando ajustes, priorização de iniciativas e fortalecimento da tomada de decisão. Essa abordagem assegura coerência entre compromissos públicos, práticas operacionais e geração de valor sustentável no curto, médio e longo prazo.



Estrutura de Governança

GRI 2-1 | 2-9 | 2-10 | 2-11 | 2-12 | 2-13 | 2-16

Somos uma sociedade empresária limitada, de capital 100% nacional, e ao longo da nossa trajetória promovemos uma evolução consistente em nossa estrutura de governança. Buscamos direcionar projetos, decisões e iniciativas em conformidade com as diretrizes estratégicas que sustentam o crescimento e a perenidade do negócio.

Apesar de sermos uma companhia de capital fechado, valorizamos a pluralidade de visões e o aperfeiçoamento contínuo dos processos decisórios. Nesse contexto, mantemos há vários anos um Conselho Consultivo Administrativo atuante, composto por membros independentes e com sólida experiência de mercado. Esses conselheiros exercem papel estratégico relevante, contribuindo com análises qualificadas, ampliando a visão de longo prazo e fortalecendo a qualidade das decisões corporativas.

Nosso modelo de governança combina agilidade na tomada de decisão com robustez estrutural, permitindo adaptação constante às transformações do mercado e às expectativas da sociedade.

A governança da companhia está organizada da seguinte forma:

- **Presidência:** exercida pelo fundador da marca, Alexandre Tadeu da Costa, que atua de forma próxima e participativa nas definições estratégicas da organização. Com o suporte do Conselho Consultivo Administrativo e do Comitê Executivo (ComEx), a presidência conduz iniciativas de longo prazo, analisa riscos e oportunidades e lidera as principais decisões financeiras e operacionais;

- **Conselho Consultivo Administrativo:** composto por quatro membros independentes, tem como função apoiar a presidência nas análises estratégicas e nas decisões relevantes para o negócio. Em reuniões mensais, são debatidos temas relacionados à governança, propósito e crescimento sustentável, assegurando alinhamento às melhores práticas de mercado e aos valores da companhia;

- **Comitê Executivo (ComEx):** formado pelo presidente, dois vice-presidentes e seis diretores executivos, que juntos, são responsáveis por deliberar sobre os principais temas estratégicos e acompanhar a execução das diretrizes corporativas. As reuniões ocorrem semanalmente, garantindo alinhamento entre as áreas e foco na geração de resultados sustentáveis;

- **Conselho de Franqueados (Conselho Show):** fórum de diálogo estruturado entre franqueadora e franqueados, com encontros bimestrais destinados à discussão de desafios, oportunidades, políticas e planos de ação da rede. A participação está condicionada a critérios como tempo mínimo de operação e desempenho satisfatório no Programa de Excelência;

- **Comitês Temáticos:** a governança é apoiada por cinco comitês responsáveis por aprofundar análises e orientar decisões estratégicas específicas. Esses fóruns reúnem lideranças de diferentes áreas, com participação do Conselho Consultivo Administrativo e do Comitê Executivo, atuando no mapeamento de impactos e identificação de oportunidades. São eles: Comitê de Risco | Comitê de Estratégia | Comitê Jurídico | Comitê Digital | Comitê Origens Diversas.





Ética e Compliance

GRI 2-16 | 2-23 | 2-26

A Cacau Show conduz suas atividades com base nos princípios **de ética, integridade, legalidade e transparência**. Acreditamos que a construção de relações sólidas e duradouras depende de comportamentos responsáveis e do cumprimento rigoroso das normas que regem nossas operações.

O tema é tratado de forma estruturada na companhia, por meio de um **conjunto de políticas corporativas que orientam a atuação de colaboradores, lideranças e parceiros**. Essas diretrizes são aplicáveis a toda a organização e permanecem disponíveis internamente, por meio da intranet corporativa, garantindo amplo acesso, conhecimento e alinhamento às regras vigentes.

O **Código de Conduta representa o principal instrumento orientador dessas práticas**. Ele estabelece diretrizes claras sobre postura profissional, prevenção de conflitos de interesse, combate à corrupção, relacionamento com clientes, fornecedores, concorrentes e poder público, proteção de informações confidenciais, respeito aos direitos humanos e promoção de um ambiente de trabalho seguro, diverso e inclusivo. O documento também reforça a importância do cumprimento das legislações aplicáveis e das normas internas em todas as decisões e interações do dia a dia. Mais do que um instrumento normativo, o Código de Conduta reflete os valores que sustentam a cultura organizacional da companhia, baseada na responsabilidade, no respeito mútuo, na transparência e na busca contínua pela excelência. Ele funciona como um guia prático para apoiar a tomada de decisão ética e prevenir situações que possam gerar riscos reputacionais, legais ou operacionais.

O descumprimento das diretrizes estabelecidas está sujeito a **medidas disciplinares**, que podem variar conforme a **gravidade da ocorrência**, incluindo **advertências, suspensão** e, quando aplicável, **desligamento ou encerramento de contratos com terceiros**, sem prejuízo das medidas legais cabíveis.

A companhia incentiva todos os colaboradores e parceiros a conhecerem, compreenderem e formalizarem sua adesão ao Código de Conduta, reafirmando o compromisso coletivo com uma atuação íntegra, responsável e alinhada às melhores práticas de governança corporativa.





Canal de Denúncias

GRI 2-25 | 2-26

Acreditamos que um ambiente ético, íntegro e transparente é fundamental para a construção de relações de confiança e para a sustentabilidade dos nossos negócios. Nesse contexto, mantemos um Canal de Denúncias acessível ao público interno e externo, colaboradores, fornecedores, clientes e demais terceiros, disponível 24 horas por dia, todos os dias do ano, em português, inglês e espanhol.

O canal é operado por uma empresa independente e especializada, a Contato Seguro, assegurando confidencialidade, imparcialidade no tratamento das manifestações e a possibilidade de anonimato ao denunciante. Os registros podem ser realizados por meio de site, telefone ou aplicativo, assegurando proteção à identidade e rastreabilidade das informações. A gestão interna do processo é conduzida pela área de Auditoria Interna, que responde diretamente à vice-presidência e ao Conselho, reforçando a independência do fluxo de apuração.

Processo de tratamento das denúncias

Todas as manifestações recebidas passam por triagem inicial para verificação de aderência ao escopo do canal. Demandas que não configuram denúncias éticas (como solicitações operacionais) são direcionadas às áreas responsáveis. Nos casos aplicáveis, pode haver solicitação de informações ou evidências complementares ao denunciante.

O fluxo de tratamento contempla:

- Retorno inicial ao denunciante em até seis dias, informando o recebimento e o andamento da apuração;
- SLA (Service Level Agreement) de conclusão de até 30 dias, prazo inferior à média de mercado (45 a 60 dias);

- Comunicação ao denunciante sobre:
 - solicitação de evidências adicionais;
 - *status* de apuração em andamento;
 - conclusão do caso, sem detalhamento das medidas adotadas, a fim de evitar retaliações e preservar a confidencialidade.

Quando a denúncia é considerada improcedente, o denunciante é comunicado, permanecendo aberto o canal para eventual envio de novas evidências.

Governança e encaminhamento

Casos classificados como sensíveis, como assédio sexual, discriminação, riscos ocupacionais ou potenciais atos de corrupção, são encaminhados diretamente ao Comitê de Ética, com tratativa prioritária.

As medidas adotadas não se restringem ao desligamento, podendo incluir *feedback* estruturado, reorientação comportamental, transferência de unidade, revisão de processos ou outras ações corretivas e preventivas. Além disso, mensalmente, é apresentado ao Comitê um relatório consolidado com indicadores-chave (KPIs), volume de denúncias, recorrências e status das tratativas. Apenas situações críticas são reportadas de forma individualizada, preservando a confidencialidade dos envolvidos.

Indicadores e evolução

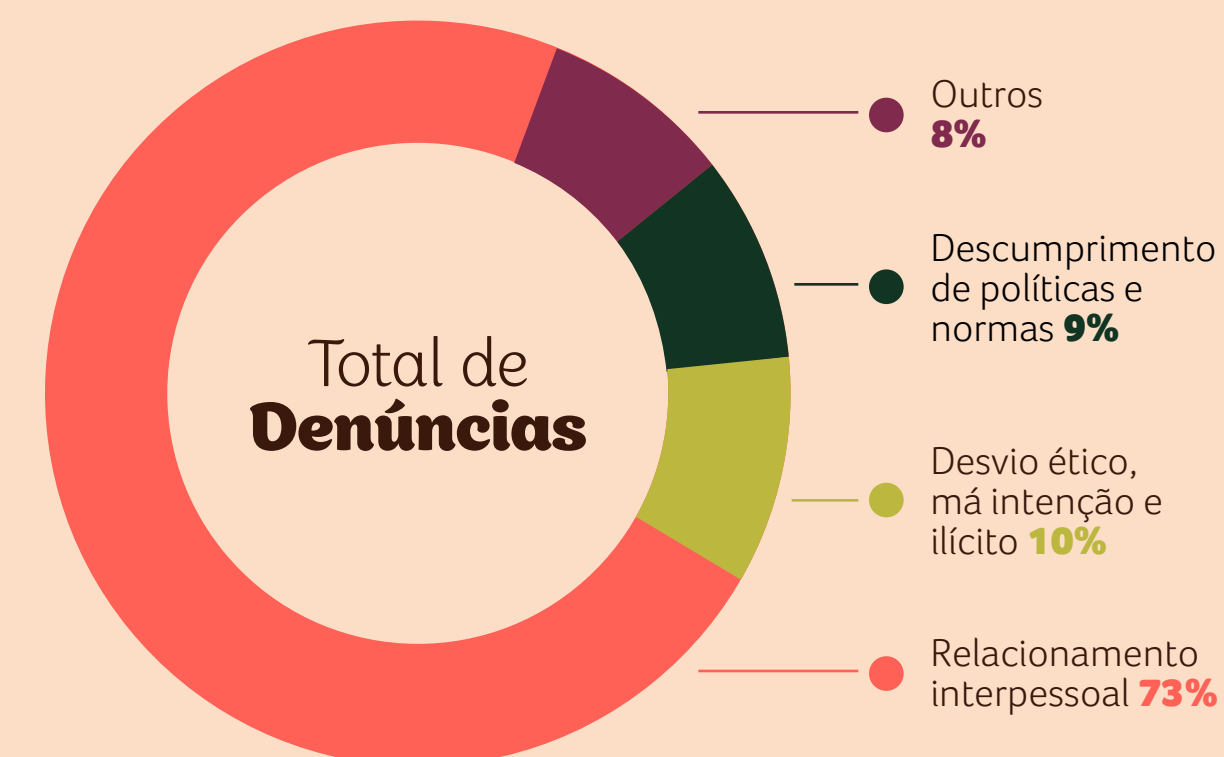
Em 2025, foram registradas **377 denúncias recebidas** pelo Canal de Denúncias, das quais **282 foram qualificadas para apuração**.

Para fins de reporte, os indicadores consideram a tipologia originalmente in-

dicada pelo denunciante na plataforma, ainda que, internamente, a área realize enquadramento técnico adicional para fins de controle e gestão de riscos.

O volume médio mensal de aproximadamente 20 denúncias exige acompanhamento individualizado e rigor técnico na condução das apurações, reforçando o compromisso da companhia com a ética e a responsabilização.

Entre os registros do ano:





Privacidade de Dados

GRI 2-27 | 418-1

A proteção de dados pessoais é um **pilar estruturante da nossa estratégia de governança e confiança institucional**. Tratamos a privacidade como um compromisso permanente com clientes, colaboradores, parceiros e demais titulares de dados, assegurando conformidade regulatória, transparência nas práticas e respeito aos direitos individuais.

Em 2025, avançamos na consolidação do nosso **Programa de Privacidade**, com foco em automação, eficiência operacional e fortalecimento dos mecanismos de controle, elevando o nível de maturidade da gestão e estruturando processos mais integrados às áreas de negócio.

Gestão automatizada e otimização de processos

Um dos principais marcos do ano foi a substituição da solução de gestão de privacidade por uma nova plataforma tecnológica, voltada à otimização de processos e ao fortalecimento da conformidade com a **Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)**.

A nova ferramenta ampliou as funcionalidades de monitoramento e integração sistêmica, permitindo maior centralização das evidências de adequação, rastreabilidade das ações implementadas e controle estruturado dos fluxos de trabalho relacionados à proteção de dados.

Novo Portal de Privacidade de Dados

Com o objetivo de aprimorar o atendimento aos direitos dos titulares, lançamos um novo Portal de Privacidade de Dados, oferecendo uma experiência **100% digital**, segura e rastreável.

Entre os avanços implementados, destacam-se:

- **Atendimento aos titulares:** canal estruturado com possibilidade de respostas automatizadas e políticas parametrizadas, garantindo maior agilidade no cumprimento das solicitações legais;
- **Conformidade na web:** implementação de *banner* de *cookies* alinhado às diretrizes e orientações da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), assegurando transparência e gestão adequada de consentimentos.

Maturidade na cadeia de fornecedores de TI

Dando continuidade às iniciativas começadas em 2024, avançamos no mapeamento e avaliação de fornecedores, etapa fundamental para assegurar a conformidade e integridade da cadeia de valor.

A nova solução de gestão de privacidade contribuiu diretamente para a diligência automatizada dos fornecedores de TI, possibilitando:

- Atualização cadastral estruturada;
- Aplicação de formulários de avaliação de risco;
- Emissão de relatórios com indicadores sobre o nível de adequação às exigências de proteção de dados.

Essa abordagem fortalece a governança e amplia a visibilidade sobre riscos relacionados ao tratamento de dados por terceiros.

Visão para o futuro

Nosso compromisso com a proteção de dados é contínuo e evolutivo. Para o próximo ciclo, a prioridade será consolidar o uso das novas tecnologias implementadas e integrar ainda mais a Privacidade de Dados às estratégias corporativas.

Entre as frentes prioritárias, destacam-se:

- **Gestão de Identidade e Acesso (IAM):** implementação de maior governança sobre concessões, revisões e revogações de acesso, com apoio de solução tecnológica para otimização dos processos de provisionamento e desprovisionamento;
- **Gestão de Vulnerabilidades Cibernéticas:** fortalecimento do programa contínuo de identificação e mitigação de vulnerabilidades, com abordagem preventiva frente a ameaças emergentes;
- **Cultura de Privacidade e Conscientização:** ampliação das ações de capacitação interna, promovendo uma cultura organizacional orientada à responsabilidade individual e coletiva na proteção de dados pessoais.

A evolução do nosso **Programa de Privacidade** reforça o compromisso da Cacau Show com a **integridade, a conformidade regulatória e a construção de relações baseadas em confiança**. Acreditamos que a proteção de dados não é apenas uma exigência legal, mas um diferencial competitivo e um componente essencial da sustentabilidade do negócio. Seguiremos aprimorando nossos controles, fortalecendo a cultura interna e adotando soluções tecnológicas que assegurem a proteção das informações em todas as etapas da nossa cadeia de valor.



Política de Qualidade, Segurança dos Alimentos, Meio Ambiente, Segurança e Saúde Ocupacional

GRI 2-13 | 2-23 | 2-24

Em outubro de 2025, demos mais um passo relevante no fortalecimento da nossa governança e dos sistemas de gestão com a **reestruturação e o lançamento da Política Integrada de Qualidade, Segurança dos Alimentos, Meio Ambiente, Segurança e Saúde Ocupacional** da Cacau Show, consolidada em um único documento. Essa iniciativa reflete a evolução da companhia na forma de gerir seus riscos, compromissos e responsabilidades, sempre alinhada à estratégia do negócio e à perenidade das operações.

A nova política foi concebida com o objetivo de trazer clareza aos nossos compromissos institucionais, promovendo uma visão sistêmica e integrada do negócio, que considera todo o ecossistema da Cacau Show. Mais do que atender às demandas atuais, o documento foi estruturado para preparar a companhia para futuras certificações relevantes, reforçando o compromisso com a melhoria contínua, a excelência operacional e a sustentabilidade em suas múltiplas dimensões.

A iniciativa contou com a liderança do Comitê Executivo e o envolvimento das áreas estratégicas da Companhia, assegurando que os princípios da política estejam incorporados ao planejamento, à gestão e às decisões do dia a dia. A responsabilidade por seu cumprimento é compartilhada entre todas as áreas, independentemente do nível hierárquico, fortalecendo uma cultura organizacional pautada pela qualidade, segurança, respeito às pessoas e cuidado com o meio ambiente.

A reestruturação da Política teve como premissa o atendimento aos requisitos normativos e legais, tendo como principais referências:

- **FSSC 22000 / ISO 22000** – Qualidade e Segurança de Alimentos;
- **ISO 14.001** – Meio Ambiente;
- **ISO 26.000** – Responsabilidade Social;
- **ISO 45.001** – Saúde e Segurança Ocupacional;

A Política Integrada estabelece diretrizes claras, promove a conscientização dos colaboradores e serve como base para o desdobramento de metas, indicadores e programas internos. Com um texto objetivo e acessível, é amplamente divulgada por meio de murais, intranet, treinamentos e canais de comunicação institucional, conectando o propósito da empresa aos pilares de qualidade, segurança de alimentos, meio ambiente e pessoas.

Mais do que um documento formal, essa Política atua como um direcionador que orienta nosso posicionamento e as ações do dia a dia, influenciando positivamente todos que fazem parte do ecossistema da Cacau Show. Por meio dela, buscamos gerar valor de forma responsável, fortalecendo a confiança de colaboradores, franqueados, parceiros, fornecedores, comunidades e demais partes interessadas. Nosso compromisso é assegurar que o crescimento da Companhia esteja sempre associado à excelência, à segurança, ao respeito às pessoas e à construção de um futuro mais sustentável.





Fornecedores

GRI 204-1 | 308-1 | 308-2 | 414-1 | 414-2

A gestão de fornecedores é um **elemento essencial para a continuidade do negócio** e para a entrega de produtos e serviços com qualidade, segurança e competitividade. Nesse contexto, a área de Compras atua de forma estruturada em três frentes: Compras Diretas, Compras Indiretas e Compras Internacionais, garantindo o abastecimento de matérias-primas, embalagens, brindes, serviços e contratos operacionais, além de apoiar a integração de demandas provenientes de novos negócios do grupo.

Em 2025, fortalecemos ainda mais o relacionamento com nossos parceiros, reforçando o compromisso com **parcerias de longo prazo**. Um exemplo é a participação de fornecedores na **Convenção de Franqueados**, evento estratégico para alinhamento com a rede e apresentação das campanhas e iniciativas da companhia. Ao todo, **33 fornecedores** participaram da convenção com estandes expositivos, promovendo interação direta com franqueados, apresentação de soluções e escuta ativa das demandas do negócio. Desse total, aproximadamente **33%** mantêm **parceria com a companhia há mais de dez anos**, evidenciando a solidez, continuidade e confiança mútua dessas relações.

A interação com fornecedores em eventos institucionais complementa outras práticas de relacionamento, como a comunicação contínua sobre especificações técnicas, alinhamento de expectativas comerciais e compartilhamento de informações relevantes ao fornecimento. Para 2026, está prevista a realização de um evento exclusivo para fornecedores, reforçando o compromisso com a proximidade e o desenvolvimento conjunto da cadeia de valor.

As relações com fornecedores são orientadas pelo **Código de Conduta do Fornecedor**, documento que estabelece as diretrizes que regem a atuação na cadeia de suprimentos e formaliza expectativas relacionadas à ética, integridade, confidencialidade, qualidade, segurança de alimentos, responsabilidade

socioambiental, condições de trabalho e segurança ocupacional. Ao aderirem ao código, os parceiros reconhecem que suas relações comerciais com a companhia devem observar esses princípios e se comprometem a disseminá-los internamente junto às suas equipes e operações, assegurando alinhamento de valores e práticas ao longo de toda a cadeia.

O ingresso e a permanência de fornecedores estão condicionados a um processo estruturado de **homologação**, composto por etapas de **verificação documental**, técnica e de risco. Inicialmente, são avaliados requisitos legais e de conformidade, incluindo apresentação de licenças, registros e certificações aplicáveis, assegurando aderência às legislações vigentes.

Para fornecedores vinculados ao escopo da certificação FSSC 22000, como aqueles que fornecem matérias-primas, embalagens, materiais de apoio e brindes, o processo é conduzido com maior rigor. Após a validação documental, realiza-se avaliação técnica e de qualidade, que contempla análise de fichas técnicas, especificações e testes laboratoriais ou industriais para confirmação do atendimento aos requisitos internos e legais. Os materiais aprovados passam a integrar as especificações técnicas corporativas, garantindo padronização e rastreabilidade.

O processo contempla o preenchimento de questionário de autoavaliação para coleta de informações sobre características do fornecimento, além da verificação de certificações de qualidade e segurança de alimentos e, quando necessário, realização de auditorias conforme o nível de risco do fornecedor.

A homologação é complementada por análise de risco e critérios específicos por categoria de fornecimento, que orientam a definição de controles, monitoramento e exigências técnicas aplicáveis, como laudos de migração para embalagens em contato com alimentos.

Após homologados, os fornecedores permanecem sujeitos a monitoramento contínuo, que inclui atualização documental, acompanhamento de desempenho, auditorias periódicas e comunicação obrigatória de alterações relevantes em processos ou produtos. O **não atendimento aos requisitos estabelecidos** pode resultar na **revisão do status de qualificação ou eventual descontinuidade do fornecimento**.

De forma complementar, realizamos avaliações prévias de fornecedores indiretos e mantemos controles por meio de sistemas corporativos e análises internas, buscando identificar riscos, garantir a continuidade do abastecimento e promover eficiência operacional. Essa abordagem reflete nosso compromisso com uma cadeia de suprimentos responsável, resiliente e alinhada aos valores da companhia.

Entretanto, essas práticas demonstram o cuidado da empresa em estabelecer **parcerias de longo prazo**, responsáveis e transparentes, promovendo elevados padrões de qualidade, segurança e conformidade ao longo de toda a cadeia de suprimentos, além de reforçar o compromisso com a melhoria contínua e a geração de valor sustentável.



Acervo de fotos Cacau Show.



Compromissos Públicos, Parcerias e Certificações

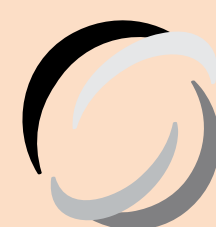


Certificação Rainforest

Cacau

Desde 2024, somos certificados pela **Rainforest Alliance – Cadeia de Suprimentos**, reconhecimento que atesta a conformidade dos nossos processos com os requisitos de rastreabilidade, segregação e controle de matérias-primas provenientes de fazendas certificadas. Em 2025, reforçamos esse compromisso ao realizar a renovação da certificação, evidenciando a consistência das nossas práticas e a evolução contínua da gestão responsável na cadeia de valor.

A certificação de **Cadeia de Suprimentos da Rainforest Alliance** assegura que empresas que manipulam, processam, armazenam ou comercializam matérias-primas certificadas mantenham sistemas robustos de controle e transparência ao longo de toda a jornada do produto. Essa abordagem garante a integridade do selo, promovendo a rastreabilidade dos insumos e fortalecendo a conexão com práticas agrícolas sustentáveis, que contemplam a conservação da biodiversidade, o uso responsável de recursos naturais e o respeito às condições de trabalho nas propriedades rurais.



FSSC 22000

Certificação FSSC 22000

Em 2025, o Complexo Industrial de Itapevi conquistou a **certificação FSSC 22000 V6**, um dos mais reconhecidos referenciais internacionais de sistemas de gestão de segurança de alimentos. A obtenção da certificação representa um marco relevante para a operação, evidenciando a robustez dos processos implementados e o compromisso contínuo com a qualidade e a segurança dos produtos.

A FSSC 22000 é baseada em normas reconhecidas globalmente e estabelece requisitos rigorosos relacionados à gestão de riscos, controle de perigos, rastreabilidade, boas práticas de fabricação e cultura de segurança de alimentos ao longo de toda a cadeia produtiva. No Complexo Industrial de Itapevi, a certificação reflete a consolidação de controles operacionais, procedimentos padronizados e práticas de melhoria contínua que asseguram a integridade dos produtos e a confiança dos consumidores.



Certificação Green Key

Desde 2024, o Bendito Cacao Resort & Spa, em Campos do Jordão, é certificado pela Green Key, um dos mais relevantes selos internacionais de turismo sustentável. Em 2025, o empreendimento renovou a certificação, reafirmando a continuidade das práticas ambientais implementadas e o compromisso com a evolução permanente de sua gestão sustentável.

A **certificação Green Key** reconhece meios de hospedagem que demonstram aderência a critérios rigorosos de desempenho ambiental, contemplando o uso eficiente de água e energia, a redução e destinação adequada de resíduos, a promoção do consumo consciente e a preservação da biodiversidade do entorno. No Bendito Cacao Resort & Spa, esses princípios estão incorporados à operação e à experiência oferecida aos hóspedes, fortalecendo um modelo de hospitalidade que combina bem-estar, excelência e responsabilidade socioambiental.



Compromissos Públicos, Parcerias e Certificações



Programa **Green Kitchen**

Em 2025, o Bendito Cacao Resort & Spa, em Campos do Jordão, passou a integrar o **Programa Green Kitchen** por meio do restaurante do empreendimento, ampliando as iniciativas voltadas à promoção de uma gastronomia mais sustentável. A participação no programa representa um avanço na incorporação de práticas responsáveis na operação de alimentos e bebidas, alinhadas ao compromisso do resort com a gestão ambiental e a geração de valor positivo ao longo de toda a experiência do hóspede.

O **Programa Green Kitchen** incentiva restaurantes a adotarem medidas que reduzam impactos ambientais, como o combate ao desperdício de alimentos, a valorização de ingredientes locais e sazonais, a otimização do uso de recursos naturais e a correta gestão de resíduos gerados na cozinha. No Bendito Cacao Resort & Spa, essas diretrizes foram incorporadas à rotina do restaurante, fortalecendo processos mais eficientes e conscientes, sem abrir mão da qualidade e da excelência gastronômica.



Selo Amigo **Autista**

Em 2025, os **hotéis Bendito Cacao Family Resort e Bendito Cacao Resort & Spa**, bem como a **Hiper Store** de Itapevi, conquistaram o Selo Amigo do Autista, reconhecimento que evidencia a adoção de práticas voltadas à inclusão e ao acolhimento de pessoas com Transtorno do Espectro Autista (TEA). A iniciativa soma-se à trajetória do **Playcenter**, que já possui o selo desde 2022, reforçando a expansão dessa agenda em diferentes frentes do negócio.

O **Selo Amigo do Autista** reconhece organizações que implementam medidas para promover acessibilidade e atendimento inclusivo, contemplando capacitação de equipes, adequação de ambientes, comunicação acessível e sensibilização para um atendimento mais empático e respeitoso. Nos empreendimentos contemplados, essas diretrizes foram incorporadas à experiência oferecida aos visitantes e clientes, contribuindo para ambientes mais seguros, acolhedores e preparados para atender à diversidade de necessidades.

Acervo de fotos Cacau Show.



Produtos de **Impacto**



Linha laCreme



A paixão da Cacau Show pelo chocolate sempre esteve aliada ao compromisso de oferecer produtos de alta qualidade, que proporcionem prazer e experiências marcantes aos consumidores. Ao longo dos anos, esse compromisso evoluiu para incorporar também reflexões sobre bem-estar, equilíbrio e diversidade de escolhas, reconhecendo que o consumo consciente é uma demanda crescente da sociedade.

Nesse contexto, a marca laCreme se consolidou como uma das principais marcas do portfólio da companhia, sendo amplamente reconhecida e querida pelo público, com a cremosidade como seu principal atributo e diferencial. Em 2025, a marca passou por uma evolução visual e estratégica, com o objetivo de reforçar sua identidade sensorial, ampliar sua atratividade e fortalecer sua presença nas linhas presenteáveis. O novo código visual, com elementos que destacam o chocolate em movimento e o apelo à experiência, contribui para uma comunicação mais clara do posicionamento da marca e de seus atributos. O processo de evolução teve início pelos tabletes, principal volume da marca, e incluiu a criação de um selo de cremosidade, reforçando o diferencial do produto frente a outras opções disponíveis no mercado.

Paralelamente, a Cacau Show segue avançando na evolução de seu mix de produtos e na extensão de linhas, por meio de revisões periódicas do portfólio que incluem a atualização de embalagens, a descontinuação de itens e o lançamento de novos produtos, com iniciativas que ganham ainda mais força a partir de 2026. Nesse contexto, ao longo de 2025, algumas marcas foram integradas a territórios estratégicos já consolidados, fortalecendo a coerência do portfólio e ampliando as oportunidades de inovação. Entre os destaques estão as extensões de novos sabores **laCreme Pistache**, **laCreme Gianduia** (avelã), **laCreme Duo Intense**, **laCreme Gold** e **laCreme Kids**.





Linha laCreme

Como parte desse compromisso com escolhas mais equilibradas, a linha laCreme Zero segue integrada à família laCreme, oferecendo opções zero adição de açúcares e zero lactose, sem abrir mão da qualidade e cremosidade características da marca. A ampliação e o fortalecimento dessa linha refletem o esforço contínuo da Companhia em atender consumidores com diferentes necessidades e estilos de vida, promovendo bem-estar e inclusão alimentar.

Todas essas evoluções são sustentadas por pesquisas de mercado e escuta ativa dos consumidores, incluindo estudos com consumidores finais e membros do programa de relacionamento Cacau Lovers. Esses *insights* orientam decisões estratégicas de marca, inovação e portfólio, assegurando que os produtos laCreme continuem alinhados às expectativas do público e à estratégia de longo prazo da Cacau Show.



laCreme

Sabores que você já **conhece** e **novidades** que vão conquistar seu paladar!



Acervo de fotos Cacau Show.



Linha Bendito Cacao

A linha Bendito Cacao representa a essência da Cacau Show ao valorizar a origem do chocolate e colocar o cacau como protagonista. Em outubro de 2025, a marca celebrou **10 anos de trajetória**, reforçando seu posicionamento pautado na autenticidade, intensidade e naturalidade, pilares que se refletem nos sabores, nas embalagens e na comunicação da linha.

Como parte dessa celebração, a Cacau Show realizou uma campanha especial reforçando a presença da marca na vida dos consumidores, marcada pelo **relançamento dos tabletes Bendito Cacao 100 gramas**. Esse movimento fortaleceu o compromisso da companhia com a transparência e a simplicidade dos ingredientes, trazendo para o centro do discurso os produtos com formulações de apenas dois ou três ingredientes, alinhadas ao conceito de **clean label**¹ e à crescente busca por opções mais naturais e sem aditivos.

O processo de reformulação envolveu estudos técnicos e diversos testes de produto, conduzidos pelo time interno em parceria com um chocolatier, com o objetivo de garantir uma entrega diferenciada em conceito, qualidade e experiência sensorial. Como resultado, o relançamento foi bem recebido pelo público, com destaque para o engajamento positivo nas redes sociais e o reconhecimento dos consumidores em relação à proposta de poucos ingredientes e à valorização do cacau de origem.

Ainda no contexto da campanha de outubro de 2025, a linha passou a contar com o **novo formato de tablete, com 30 gramas nos sabores 72% e 86% de cacau**, desenvolvido para incentivar a experimentação de diferentes percentuais de cacau e atender a ocasiões de consumo mais práticas, além de ampliar o acesso aos produtos por meio de um preço mais acessível.

1. O conceito de *clean label* refere-se à prática de desenvolver e comunicar produtos com listas de ingredientes mais simples, curtas e facilmente compreensíveis pelo consumidor, priorizando matérias-primas reconhecíveis e evitando aditivos artificiais desnecessários.





Linha Bendito Cacao

A linha Bendito Cacao se destaca pelo uso de amêndoas de cacau de origem selecionada, provenientes da Fazenda Dedo de Deus (ES), reforçando o compromisso da Cacau Show com a rastreabilidade, a transparência e a valorização da matéria-prima. Nesse contexto, os chocolates **Tablete Bendito Cacao 67% de Cacau e Dark Milk 55% de Cacau** são produzidos sob o conceito **Tree-to-Bar** (“da Árvore à Barra”), modelo no qual a empresa controla e acompanha todas as etapas do processo produtivo, desde o cultivo do cacau até a produção da barra de chocolate final. Além disso, esses produtos apresentam em suas embalagens o selo laranja “**Fazenda Dedo de Deus**”, que comunica de forma clara ao consumidor a origem das amêndoas utilizadas, fortalecendo a transparência e a conexão entre a origem, o processo produtivo e o produto.

Adicionalmente, a Cacau Show realizou a **renovação da Certificação Vegana**, concedida pela Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), que garante que nossos produtos são totalmente livres de ingredientes de origem animal reforçando seu compromisso com a transparência das informações, o respeito às escolhas dos consumidores e a ampliação de opções alinhadas a diferentes estilos de vida. Ademais, a companhia também realizou a renovação do **Selo Kosher**, certificação que atesta que os produtos seguem rigorosos padrões de pureza e segurança alimentar, atendendo a um público ainda mais amplo. Essa certificação fortalece a credibilidade da marca no mercado e amplia o acesso a consumidores que seguem as diretrizes da alimentação Kosher, reafirmando o compromisso da Cacau Show com a diversidade e a acessibilidade alimentar.

Ao longo de seus 10 anos, a linha Bendito Cacao se consolida como uma marca estratégica no portfólio da Cacau Show, com a proposta de oferecer chocolates que valorizam a origem do cacau e unem autenticidade, intensidade e naturalidade.



TREE
TO BAR

Selo
Tree-to-Bar



Selo
Certificação Vegana



KOSHER PARVE
Selo
Kosher



Linha Bless

Dando continuidade à estratégia de ampliar o acesso a chocolates que conciliam sabor, qualidade e escolhas mais equilibradas, em 2025, a linha Bless avançou na diversificação de seu portfólio zero adição de açúcares e zero lactose. Esse movimento foi orientado pela escuta ativa dos consumidores, por meio de *feedbacks* diretos e de pesquisas realizadas com membros do programa de relacionamento Cacau Lovers, que indicaram interesse crescente por opções mais equilibradas, combinações com castanhas e formatos mais acessíveis.

Como resultado, a linha passou a contar com **novos produtos** que ampliam as possibilidades de consumo e atendem diferentes perfis e ocasiões. Entre os lançamentos, destacam-se os **dra-geados zero adição de açúcares na versão castanha-de-caju e uva-passa**, ambos envoltos em chocolate zero, que aliam textura, sabor e praticidade. Também foram lançados o **tablete zero lactose de 20 gramas**, desenvolvido como uma opção mais acessível para consumidores com restrições de lactose, e o **Tablete ao Leite com Castanhas Zero Adição de Açúcares, de 20 gramas**, que reforça a proposta de variedade e experimentação.

A linha também foi ampliada com o **lançamento do Bombom com Recheio ao Leite Zero Adição de Açúcares**, uma alternativa mais tradicional que contribui para ampliar o público consumidor da categoria, mantendo a proposta de redução de açúcares sem renunciar à experiência sensorial. Além disso, a ampliação das opções da linha reforçou a proposta de acessibilidade, oferecendo alternativas adequadas a diferentes necessidades alimentares e ampliando o alcance dos produtos Bless.

Com essa evolução, a linha Bless reafirma seu papel estratégico no portfólio da Cacau Show, contribuindo para a oferta de chocolates mais inclusivos, alinhados às expectativas dos consumidores e ao compromisso da companhia com bem-estar, sabores únicos e inovação contínua.



Panettones Geleia de Cacau

A Cacau Show lançou, em dezembro de 2025, o Panettone Geleia de Cacau, um produto de edição limitada que reforça o compromisso da companhia com a inovação sustentável, a valorização integral do cacau e a economia circular.

O produto se destacou pelo uso da polpa do cacau, matéria-prima que tradicionalmente é subutilizada ou descartada no processo produtivo. A partir de um desenvolvimento conjunto com parceiro estratégico, foi criado um recheio exclusivo, combinando geleia de cacau com trufa ao leite, além de cobertura de chocolate 55% de cacau, resultando em um panettone de 1 quilo com proposta inovadora e sustentável.

Além do aspecto ambiental, o lançamento também valorizou a criatividade e a cultura. As **latas** do produto contaram com **arte exclusiva** assinada pela **artista visual Naia Ceschin**. Já os panettones dedicados aos hotéis Bendito Cacao Resort & Spa (Campos do Jordão) e Bendito Cacao Family Resort (Águas de Lindóia) receberam artes desenvolvidas por **Felipe Pereira**, colaborador da área de Qualidade do hotel de Campos do Jordão. A iniciativa reforça o compromisso da Cacau Show com a valorização de talentos internos, o incentivo à expressão criativa e o fortalecimento da cultura organizacional.

O Panettone Geleia de Cacau foi lançado em edição limitada, com produção de 10 mil unidades, distribuídas em 135 lojas nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Paraná. A iniciativa reforça a estratégia da Cacau Show de desenvolver produtos que aliem qualidade, inovação, responsabilidade ambiental e impacto positivo ao longo da cadeia de valor.



Panettones Geleia de Cacau

Bendito Cacao



Acervo de fotos Cacau Show.



Categoria Lifestyle

A categoria Lifestyle foi criada a partir do propósito de manter a Cacau Show presente no dia a dia das pessoas, ampliando a conexão da marca para além do chocolate e dos momentos de consumo alimentar. A iniciativa nasceu da compreensão de que a relação emocional construída com os consumidores pode se estender a outros contextos da rotina, fortalecendo o vínculo com a marca em diferentes experiências cotidianas.

O desenvolvimento da categoria teve como base referências de mercado e práticas de extensão de marca, buscando traduzir os valores da Cacau Show em produtos funcionais, com identidade visual própria e linguagem contemporânea. A proposta adotada foi de levar a marca para novos momentos de uso, de forma acessível e alinhada ao estilo de vida dos consumidores.

Coleção Bendito Cacao Home

Diante desse contexto, em 2025, a Cacau Show avançou na ampliação de seu portfólio com o lançamento da **Coleção Bendito Cacao Home**, uma iniciativa de inovação que levou a essência da marca para além do chocolate, integrando-a aos momentos cotidianos de consumo e convivência. Desenvolvida pensando nos momentos de consumo dos nossos chocolates, a coleção contemplou produtos voltados à mesa e ao preparo de alimentos, como **xícaras com pires, pratos rasos e de sobremesa, tigelas, espátulas, kit com luva de forno e descanso de panela, lugares americanos, kit de guardanapos, caminhos de mesa, entre outros itens**. Os lançamentos foram pensados para unir funcionalidade, *design* e identidade de marca, reforçando a conexão emocional com os consumidores e ampliando as possibilidades de interação com a Cacau Show no dia a dia.

Sob a ótica da inovação, a coleção Bendito Cacao Home representou a entrada da companhia em novas categorias de produtos, diversificando o portfólio e fortalecendo a proposta de valor da marca por meio da experiência. Ao expandir sua atuação para o universo do lar, a Cacau Show amplia sua presença nos momentos de consumo, reforça sua estratégia de inovação orientada ao cliente e consolida sua marca como parte do cotidiano dos consumidores.



Categoria
Lifestyle

Bendito Cacao
HOME



Acervo de fotos Cacau Show.

Categoria Lifestyle



Coleção de Acessórios Pessoais

Posteriormente, foi lançada a Coleção de Acessórios Pessoais, que contemplou itens como garrafas, copos, bolsas, pins e chaveiros, desenvolvidos com foco em design moderno e inspirado nas formas dos nossos chocolates, trazendo praticidade e ampla aceitação pelo público. Os itens foram pensados para integrar a rotina das pessoas, reforçando a presença da marca em diferentes ambientes e ocasiões.

Dessa forma, a Categoria Lifestyle passou a representar uma iniciativa de inovação orientada ao consumidor, ampliando o portfólio da Cacau Show e fortalecendo sua atuação como uma marca presente no cotidiano das pessoas. Para os próximos anos, está prevista a ampliação do portfólio, com o desenvolvimento de produtos cada vez mais conectados aos hábitos e estilos de vida dos consumidores.



Categoria
Lifestyle

Acessórios
Pessoais



Acervo de fotos Cacau Show.



Anexo

GRI



GRI 2 | Conteúdos Gerais

(GRI 2-2) - Entidades incluídas no Relatório de Sustentabilidade

As entidades incluídas no Relatório de Sustentabilidade são:

- Allshow Empreendimentos e Participações Ltda. / CNPJ/MF sob o nº 10.508.328/0001-77;
- I.B.A.C. Indústria Brasileira de Alimentos e Chocolates Ltda. / CNPJ/MF sob o nº 61.472.205/0001-64;
- I.B.A.E Indústria Brasileira de Alimentos Especiais Ltda;
- Play One Empreendimentos Ltda. / CNPJ/MF sob o nº 04.933.060/0001-18.

Em relação à Brigaderia Comércio de Alimentos Ltda., ao Bendito Cacao Resort & Spa Ltda. e ao Bendito Cacao Family Resort Ltda., as informações serão reportadas nos próximos ciclos de divulgação, conforme a evolução da consolidação e análise dos dados.

(GRI 2-4) - Reformulações de informações

Revisamos os indicadores abaixo em decorrência de atualizações na metodologia de cálculo e da identificação de inconsistências nas informações anteriormente reportadas:

GRI 204-1 | Proporção de gastos com fornecedores locais.

GRI 301-1 | Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume.

(GRI 2-6) - Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios

Atividade principal: setor alimentício e varejo/franquias.

Outras relações de negócio: setor hoteleiro, agrícola (cultivo de cacau), esporte e recreação (parques e jogos).



(GRI 2-7) - Empregados

Nossos contratos de trabalho são firmados no modelo Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), de acordo com a legislação trabalhista brasileira, e 100% dos nossos colaboradores são regidos por acordos e negociações coletivas, conforme legislação vigente. Além disso, todos os colaboradores da Cacau Show são assistidos pelo sindicato da categoria.

Número de colaboradores por gênero:

Cacau Show:

	2022		2023		2024		2025	
	Número de colaboradores	Percentual (%)	Número de colaboradores	Percentual (%)	Número de colaboradores	Percentual (%)	Número de colaboradores	Percentual (%)
Homens	1.553	35	1.773	36	2.243	38	2.534	39
Mulheres	2.841	65	3.172	64	3.616	62	3.939	61
TOTAL	4.394	100	4.945	100	5.859	100	6.473	100

Nota: os dados apresentados contemplam todos os negócios da Cacau Show, incluindo o Cacau Park.

Grupo Playcenter:

	2025	
	Número de colaboradores	Percentual (%)
Homens	142	35
Mulheres	263	65
TOTAL	405	100

Número de colaboradores por contrato de trabalho e gênero:

Cacau Show:

	2022				2023				2024				2025			
	Tempo indeterminado	Percentual (%)	Tempo determinado	Percentual (%)	Tempo indeterminado	Percentual (%)	Tempo determinado	Percentual (%)	Tempo indeterminado	Percentual (%)	Tempo determinado	Percentual (%)	Tempo indeterminado	Percentual (%)	Tempo determinado	Percentual (%)
Homens	1.518	35	35	44	1.735	36	38	36	2.186	38	57	44	2.475	39	59	42
Mulheres	2.796	65	45	56	3.103	64	69	64	3.543	62	73	56	3.858	61	81	58
TOTAL	4.314	100	80	100	4.838	100	107	100	5.729	100	130	100	6.333	100	140	100

Grupo Playcenter:

2025				
	Tempo indeterminado	Percentual (%)	Tempo determinado	Percentual (%)
Homens	141	35	1	50
Mulheres	262	65	1	50
TOTAL	403	100	2	100

Nota: os dados referentes a contratos por tempo determinado abrangem exclusivamente aprendizes e estagiários.

Número de colaboradores por contrato de trabalho e região:

Cacau Show:

	2022		2023		2024		2025	
	Tempo indeterminado	Percentual (%)	Tempo determinado	Percentual (%)	Tempo indeterminado	Percentual (%)	Tempo determinado	Percentual (%)
Norte	15	0	0	0	27	1	0	0
Nordeste	73	2	0	0	89	2	0	0
Centro-Oeste	169	4	0	0	175	4	0	0
Sudeste	3.772	87	80	100	4.251	88	107	100
Sul	285	7	0	0	296	6	0	0
TOTAL	4.314	100	80	100	4.838	100	107	100

Grupo Playcenter:

2025				
	Tempo indeterminado	Percentual (%)	Tempo determinado	Percentual (%)
Norte	0	0	0	0
Nordeste	32	8	0	0
Centro-Oeste	0	0	0	0
Sudeste	371	92	2	100
Sul	0	0	0	0
TOTAL	403	100	2	100

(GRI 2-8) - Trabalhadores que não são empregados

Número de colaboradores por gênero:

Cacau Show:

	2022		2023		2024		2025	
	Número de terceiros	Percentual (%)	Número de terceiros	Percentual (%)	Número de terceiros	Percentual (%)	Número de terceiros	Percentual (%)
Homens	488	29	1.383	33	1.540	40	1.112	36
Mulheres	1.175	71	2.810	67	2.309	60	1.939	64
TOTAL	1.663	100	4.193	100	3.849	100	3.051	100

Nota: os dados acima apresentados abrangem todos os fornecedores de serviços, ou seja, todos os terceiros da Cacau Show, não incluindo Cacau Park, Brigaderia, Fábrica de Campos de Jordão, Grupo Playcenter e hotéis.

Grupo Playcenter:

2025		
	Número de terceiros	Percentual (%)
Homens	7	78
Mulheres	2	22
TOTAL	9	100

Nota: os dados apresentados referente aos indicadores 2-7 e 2-8 direcionados ao Grupo Playcenter, relativos a 2025, estão apresentados de forma segregada, uma vez que as áreas de Recursos Humanos ainda não foram integradas. Este também é o primeiro ano de reporte dessas informações, razão pela qual não há dados disponíveis para períodos anteriores.

**(GRI 2-9) - Governança**

Fazem parte do Conselho Consultivo de Administração os seguintes membros:

Clóvis Madeira

Bacharel em Administração de Empresas e Ciências Contábeis, mestre em Controladoria e Contabilidade Estratégica pela Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP) e doutor em Administração pela Florida Christian University (USA – 2005). Presidente (1992 a 1994) da Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (ANEFAC), Chapter em São Paulo do Institute of Management Accountants (IMA). Atualmente, é diretor de eventos dessa entidade. Recebeu o prêmio como Presidente de Melhor Chapter concedido pelo Institute of Management Accountants (IMA) nos anos de 1993 (São Francisco) e 1994 (New York). Professor de diversos cursos de pós-graduação. Membro do Comitê Administrador do Programa de Revisão Externa de Qualidade (CRE), entre 2002 e 2017, órgão instituído pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) e pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) para avaliar a qualidade dos trabalhos dos auditores independentes. Membro do Conselho de Administração e Comitê de Auditoria de uma empresa estatal e membro titular do Conselho Fiscal de diversas Companhias de Capital Aberto. Membro vitalício da Academia Paulista de Contabilidade (APC). Presidente do Instituto Cacau Show desde 2017 e coordenador do Comitê de Riscos da Cacau Show.

Plínio Musetti

Graduado em Engenharia Civil e Administração de Empresas pela Universidade Mackenzie além do Program for Management Development (PMD) da Harvard Business School. Foi presidente executivo da Elevadores Atlas S.A. de 1992 até 1999 e da Elevadores Atlas Schindler S.A. até 2002. De 2002 a 2007, foi sócio do JP Morgan Partners, braço de Private Equity do banco JP Morgan Chase, liderando o processo de investimentos em *Private Equity* no Brasil e América Latina. Ocupou posições executivas e em Conselhos de Administração de empresas investidas pelo JP Morgan Partners, tais como Vitopel, Diagnósticos da América S.A. e Latasa. Do início de 2008 até setembro de 2009, foi presidente executivo da empresa de painéis de madeira Satipel Industrial S.A. Em maio de 2010, tornou-se sócio-gestor da Pragma Patrimônio e, posteriormente, da Janos Holding. Atualmente, é membro dos Conselhos de Administração da Raia Drogasil S.A., da Adecoagro (empresa listada no NYSE) e da Cacau Show. É, também, membro do Comitê de Gente da Cacau Show.

Marcos Grasso

Administrador de empresas formado pela Fundação Getúlio Vargas, com formação executiva em governança, gestão e liderança em Harvard, Oxford e Insead. Certificado como Executive Coach pela Universidade de Columbia nos EUA. Mais de 35 anos de experiência em empresas de consumo no Brasil, América Latina, Ásia, Europa e Estados Unidos, em empresas como Warner-Lambert, Pfizer, Cadbury e Mondelez/Kraft Foods, onde foi CEO no Brasil até 2013. Ampla experiência como conselheiro de administração em empresas como Tok Stok, Cacau Show, Neogrid, BRF, Marilan, Iberchem, Condor e C&A Europa. É Presidente do Conselho de Administração da C&A Brasil, Sr. Advisor da Eurazeo, e coordenador do Comitê de Estratégia da Cacau Show. Também atua como mentor e Coach de CEOs, mentor da Endeavor e do Programa Diversidade em Conselhos.

Walter Longo

Publicitário e administrador de empresas, com MBA na Universidade da Califórnia, é empreendedor digital, palestrante internacional e sócio-diretor da Unimark Comunicação. Ex-presidente do Grupo Abril e mentor de Estratégia e Inovação do Grupo Newcomm - *holding* de comunicação do Grupo WPP que inclui as agências Young & Rubicam, Wunderman, Grey Brasil, VML, entre outras. Presidente executivo e do Conselho da Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA), além de fundador e presidente da Abraforte - Associação Brasileira dos Fornecedores de Telecomunicações. Eleito por quatro vezes o melhor Profissional do Ano do Prêmio Caboré, premiado com o título de Personalidade do Marketing Direto pela Abemd. Em 2015, passou a fazer parte do Hall of Fame do Marketing no Brasil. Em 2017, recebeu o Prêmio Lide de Marketing Empresarial. Walter Longo é membro de vários Conselhos, sócio de múltiplas empresas digitais, palestrante reconhecido internacionalmente, articulista de múltiplas publicações, além de autor, entre outros, dos livros “O Marketing na era do Nexo” (Ed. Best Seller) e “Marketing e Comunicação na Era Pós-digital” (Ed. HSM). Atualmente, é membro do Conselho de Administração da CR2, Portobello, Inplac e Costão do Santinho, membro do Conselho Consultivo da Cacau Show, Befly, Ammo Varejo e Sabemi, e mentor do Programa de Investimentos de Startups do Hospital Albert Einstein, além de influencer do LinkedIn, com mais de 500 mil seguidores.



Fazem parte do nosso Conselho de Franqueados (Conselho Show), os seguintes membros na Gestão eleita para 2025 e 2026:

Regional	Cadeira	Conselheiro Atual	Suplente
NORTE	NORTE I	ANTONIO MARTINS JUNIOR	JOSÉ ELESSANDRO CORDEIRO
MINAS	MINAS I	CARLA NUNES	JARDEL CARMO
NORDESTE	NORDESTE I	MAYK MENESES	MAX WINICIUS BOMFIM
RJES	RJES I	SIMONE NETTO	RENAN SILVA MACHADO
	RJES II	MICHELI DA SILVA FORTUNA	ÂNGELO DALMIRO FALQUETO
SPC	SPC I	MARIO AUGUSTO RIBEIRO	LUIZ FERREIRA SEABRA JR.
	SPC II	ROSANGELA LOPES	MARCELO DOS SANTOS MOURA
SPI	INTERIOR SP 1	ÉRICA DEPOLI	LEIDIANA NIZA MELO
SPO	INTERIOR SP 3	PETRAS SLIESORAITIS	LUIS HENRIQUE MARUCCI
PARANÁ	PARANÁ I	PRISCILA GRAD GOUVEA	SIDNEI BERTINATO DA SILVA
SUL	SUL I	FABRICIA LEFFA	LUCIANE ALVES ESCOBAR
	SUL II	JULIANA VIDOTTO	ARYADNE GIUSTINA

● MANTIDOS/REELEITOS ● ELEITOS

(GRI 2-19) - Políticas de remuneração

Atualmente, os cargos de alta gestão contam com um incentivo de curto prazo vinculado ao desempenho individual e aos resultados da companhia, com múltiplos de salários definidos de acordo com práticas de mercado. Esses profissionais também participam de um programa de incentivo de longo prazo, estruturado com base em múltiplos de salários alinhados ao mercado, além de contar com um modelo de aporte 1X1 realizado pela Cacau Show.

(GRI 2-21) - Proporção da remuneração total anual

Proporção entre a remuneração total anual do indivíduo mais bem pago da organização e a remuneração total anual média de todos os empregados (excluindo-se o mais bem pago):

2022	2023	2024	2025
2,3%	2,6%	2,8%	2,9%



Proporção entre o aumento percentual na remuneração total anual de todos os empregados (excluindo-se o mais bem pago):

	2022	2023	2024	2025
Aumento percentual na remuneração anual para o indivíduo mais bem pago da organização (%)	1,49	0,66	0,68	0,92
Aumento percentual médio na remuneração anual para todos os empregados da organização, exceto o indivíduo mais bem pago (%)	32,95	20,41	28,10	18,63
Proporção da remuneração (%)	4,5	3,2	2,4	4,9

(GRI 2-25) - Processos para reparar impactos negativos

No conteúdo qualitativo apresentado no capítulo de Governança, a Cacau Show, conforme descrito na [Política de Denúncias](#), apresenta informações sobre o funcionamento de seu Canal de Denúncias, ferramenta destinada ao recebimento e tratamento de relatos relacionados a possíveis desvios de conduta, irregularidades ou impactos negativos decorrentes das atividades da organização.

Da mesma forma, o Grupo Playcenter também disponibiliza um Canal de Denúncias, administrado por empresa especializada e independente, a Contato Seguro. O canal está disponível 24 horas por dia e pode ser acessado por meio do telefone 0800 800 1092, pelo site www.contatoseguro.com.br/grupoplaycenter ou via aplicativo (iOS e Android). O atendimento é realizado com garantia de sigilo e confidencialidade, não sendo obrigatória a identificação do denunciante.

O processo de tratamento das denúncias ocorre conforme as etapas descritas a seguir:

1. Recebimento e triagem (via Contato Seguro):

Nesta etapa inicial, busca-se identificar e classificar as denúncias recebidas, priorizando os casos mais relevantes ou urgentes.

1

- **Canal de entrada:** a denúncia pode ser registrada de forma identificada ou anônima por meio da plataforma;
- **Protocolo:** é gerado um número de protocolo para que o denunciante possa acompanhar o andamento do caso;
- **Avaliação de risco:** classificação do relato conforme o nível de risco (alto, médio ou baixo);
- **Admissibilidade:** verificação da presença de informações mínimas (como quem, quando e onde ocorreu o fato). Caso necessário, podem ser solicitadas informações complementares.

2. Planejamento da investigação:

2

- **Designação:** definição do membro do Comitê de Ética responsável pela condução da investigação;
- **Definição de escopo:** identificação das evidências a serem analisadas, como e-mails, registros de sistemas e imagens de câmeras;
- **Medidas cautelares:** em situações mais graves, pode ser avaliado o afastamento temporário do investigado, de forma preventiva, para preservar a integridade da apuração.

3. Execução (apuração dos fatos):

3

- **Análise documental:** avaliação das evidências apresentadas ou identificadas durante a investigação;
- **Entrevistas de contexto:** escuta de testemunhas ou pessoas que, embora não diretamente envolvidas, possam contribuir com informações relevantes;
- **Entrevista com o denunciado:** garantia do direito ao contraditório, com apresentação dos fatos apurados (sem exposição da fonte da denúncia) e coleta de sua versão.



4. Relatório final e deliberação:

4

Ao final do processo investigativo, é elaborado um relatório contendo:

- **Sumário:** descrição objetiva da denúncia e da metodologia adotada na investigação;
- **Evidências:** compilação das provas coletadas, como documentos, registros ou depoimentos;
- **Conclusão:** classificação do caso como procedente, improcedente ou inconclusivo;
- **Recomendação:** eventual indicação de medidas disciplinares, como advertência, suspensão ou desligamento, quando aplicável.

5. Encerramento e prevenção:

5

- **Feedback ao denunciante:** comunicação sobre a conclusão da investigação, respeitando a confidencialidade e eventuais restrições legais quanto às medidas adotadas;
- **Plano de ação:** implementação de medidas corretivas ou preventivas, quando necessário;
- **Arquivamento:** armazenamento seguro da documentação relacionada ao caso por um período mínimo de cinco anos.

(GRI 2-26) - Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações

A Cacau Show orienta suas decisões de negócio com base nos princípios de conformidade, ética, integridade e transparência, buscando fortalecer relações de confiança com seus *stakeholders*. O Código de Conduta estabelece diretrizes para o relacionamento com colaboradores, fornecedores, parceiros de negócios e terceiros, abordando temas como conflitos de interesse, doações e patrocínios, prevenção à lavagem de dinheiro e à corrupção, concorrência e relacionamento com o poder público. Essas diretrizes são reforçadas pelas políticas de Compliance e acompanhadas pelo Comitê de Ética, responsável por zelar pela aplicação do Código de Conduta e pelo cumprimento das políticas da organização.

A empresa também disponibiliza um Canal de Denúncias, operado por empresa independente, acessível a colaboradores, parceiros e demais *stakeholders* para o registro de relatos relacionados a possíveis desvios de conduta ou atos ilícitos. O canal garante anonimato, confidencialidade das informações, proibição de retaliação ao denunciante de boa-fé e funcionamento 24 horas por dia, permitindo o acompanhamento das denúncias por meio de número de protocolo.

(GRI 2-27) - Conformidade com leis e regulamentos

- Número total de casos significativos de não conformidade com leis e regulamentos durante o período de relato: 4;
- Casos em que multas foram aplicadas: 0;
- Casos em que sanções não monetárias foram aplicadas: 0;
- Número total de não conformidades: 4;
- Valor monetário de multas e condenações pagas em casos de não conformidade: R\$ 318.170,57.
- Multas para processos distribuídos em 2024: 0;
- Multas para processos distribuídos em anos anteriores: 0;

Casos significativos de não conformidade: processos de natureza trabalhista, com pedidos recorrentes relacionados a horas extras, diferenças salariais, acúmulo de função, entre outros.

Foram considerados como significativos os processos com condenação definitiva transitada em julgado em valor igual ou superior a US\$ 10.000,00, conforme índice Dow Jones Sustainability Index para não conformidade com leis e regulamentos ambientais. Já no Grupo Playcenter, durante o ano de 2025, não foram identificados casos de não conformidade com leis e regulamentos.



(GRI 2-28) - Participação em associações

Participamos das seguintes associações:

- ABF** (Associação Brasileira de Franchising). **Site:** www.abf.com.br
- ABICAB** (Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas). **Site:** www.abicab.org.br
- ABEVD** (Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas). **Site:** www.abevd.org.br
- ADIBRA** (Associação Brasileira de Parques e Atrações). **Site:** www.adibra.com.br
- SINDEPAT** (Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas) **Site:** www.sindepat.com.br

(GRI 2-29) - Abordagem para engajamento de stakeholders

O relacionamento e o diálogo com as partes interessadas da Cacau Show são conduzidos, prioritariamente, pelas áreas que mantêm interação direta com cada público, sempre em conformidade com as diretrizes, políticas e práticas de governança da companhia. Essas áreas são responsáveis por identificar demandas, promover o engajamento e encaminhar eventuais temas relevantes para análise interna.

Questões que demandam avaliação estratégica, definição de posicionamento ou tomada de decisão são apresentadas ao Comitê Executivo, que conta com a participação da Presidência da Cacau Show, garantindo alinhamento e acompanhamento pela alta liderança. As principais partes interessadas da organização e seus respectivos públicos relacionados estão apresentadas a seguir:

Parte interessada	Públicos relacionados
Colaboradores	Próprios, terceiros, estagiários e aprendizes
Fornecedores	Serviços, insumos e imobilizados
Clientes	Varejo, Franquia, Revendedores, Bendito Cacao Resort e Grupo Playcenter
Consumidores	Cacau Show, Brigaderia e Bendito Cacao Resort
Comunidade	Instituto Cacau Show
Sociedade civil organizada	Sindicatos, institutos e associações
Imprensa	Imprensa, TV, rádio e digital
Concorrentes	Setor do cacau (nacionais e internacionais)

(GRI 2-30) - Acordos de negociação coletiva

Todos os colaboradores da Cacau Show estão cobertos por convenções ou acordos de negociação coletiva. Considerando as regiões onde a companhia possui operações, 100% dos empregados estão contemplados pelas respectivas negociações coletivas aplicáveis em cada localidade. Os resultados das negociações das Convenções ou Acordos Coletivos são baseados em cláusulas econômicas e sociais, observado o INPC acumulado referente a categoria e data base. As cláusulas econômicas possuem foco financeiro e de remuneração, envolvendo desembolso direto de recursos financeiros, sendo geralmente revisadas anualmente. Já as cláusulas sociais têm foco nas condições de trabalho e benefícios, tratando de aspectos relacionados à segurança, bem-estar e garantias de trabalho, com ênfase nas condições laborais dos colaboradores.



GRI 3 | Temas Materiais

(GRI 3-1) - Processo de definição de temas materiais

(GRI 3-2) - Lista de temas materiais

Com o propósito de elaborar um relatório que reflita temas relevantes e alinhados às expectativas de nossos públicos de interesse, conduzimos um processo de identificação e priorização dos assuntos com maior impacto para o negócio e para as partes com as quais nos relacionamos.

Essa análise considerou diferentes etapas, incluindo levantamento de informações por meio de pesquisas, avaliação de documentos internos e externos, além da análise de tendências e pautas relevantes para o setor. A partir desse processo, foram priorizados 12 temas considerados estratégicos para a companhia:

1. Produção sustentável do cacau;
2. Embalagem, reciclabilidade e resíduos;
3. Qualidade dos produtos e saudabilidade;
4. Educação e empreendedorismo;
5. Privacidade dos dados;
6. Energia e emissões de Gases de Efeito Estufa;
7. Desenvolvimento de colaboradores;
8. Risco hídrico;
9. Inovação;
10. Logística e transporte;
11. Lojas sustentáveis;
12. Cadeia de fornecimento responsável.

Conteúdos Temáticos

Os temas prioritários orientaram a elaboração do conteúdo deste relatório, bem como o reporte dos indicadores alinhados às diretrizes da GRI.

GRI 201 - Desempenho econômico

(GRI 201-1) - Valor econômico direto gerado e distribuído

- 4.712 lojas em todo o Brasil;
- 6.878 colaboradores em todos os negócios, incluindo o Grupo Playcenter;
- +28 milhões de membros Cacau Lovers;
- +236 mil revendedores cadastrados, com mais de 106 mil ativos;
- R\$ 7,08 bilhões de receita em vendas.

Valor Econômico Gerado (R\$ bilhões)	2022	2023	2024	2025
Receitas	4,02	5,10	6,27	7,08

Nota: os valores apresentados foram convertidos para bilhões de reais, a fim de facilitar a compreensão.

Em 2025, o Grupo Playcenter registrou receita de aproximadamente R\$ 104,9 milhões.

(GRI 201-4) - Apoio financeiro recebido do governo

Em 2025, não houve utilização ou recebimento de benefícios fiscais relacionados à Lei do Bem.

GRI 202 - Presença de mercado

(GRI 202-1) - Proporção entre o salário mais baixo e o salário-mínimo local, com discriminação por gênero

	2022		2023		2024		2025	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Proporção	162%	162%	100%	100%	100%	100%	100%	100%



GRI 203 - Impactos econômicos indiretos

(GRI 203-1) - Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços

Por meio do Instituto Cacau Show, a companhia realiza investimentos voltados ao apoio dos municípios de Itapevi e Linhares, com foco em iniciativas e projetos relacionados à área de educação.

GRI 204 - Práticas de compras

(GRI 204-1) - Proporção de gastos com fornecedores locais

Cacau Show	2022	2023	2024	2025
Proporção de gastos com fornecedores locais (%)	57	43	29	18

Nota: o valor de 2024 foi ajustado em função de mudança no critério de cálculo.

GRI 205 - Combate à corrupção

(GRI 205-1) - Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção

Não foram registrados casos de corrupção, nem identificados riscos significativos relacionados ao tema.

(GRI 205-2) - Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção

A companhia dispõe de um Canal de Denúncias, operado por empresa independente, além de um Programa de Auditoria Interna. Esses mecanismos são divulgados a colaboradores, terceiros e parceiros de negócios. Para os colaboradores, orientações e treinamentos sobre o tema estão contemplados no Código de Conduta da organização.

(GRI 205-3) - Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas

Não foram identificados casos de corrupção nas operações da Cacau Show em 2025.



GRI 301 - Materiais

(GRI 301-1) - Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume

Materiais (t)	2022	2023	2024	2025
Embalagens	2.150.719	2.672.931	4.558.575	731.141
Massa de chocolate	45.243	48.521	30.527	24.237
Recheios	592.510	712.615	714.735	1.419
Outros	4.281	4.990	6.659	9.750
Insumos agrícolas (orgânicos)	1	1	1	1
Insumos agrícolas (inorgânicos)	42	60	36	-
TOTAL	2.792.795	3.439.117	5.310.533	766.547
Materiais renováveis (%)	35	58	70	78

Nota: em 2025, houve uma atualização metodológica para a identificação dos pesos dos materiais apresentados na tabela acima.

Materiais (unidade)	2022	2023	2024	2025
Brindes	6.607.026	8.771.684	14.276.007	13.999.864
Materiais renováveis (%)	0	0	0	0

(GRI 301-2) - Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados

Conforme as normas estabelecidas pela ANVISA, todo material destinado ao contato direto com alimentos ou bebidas, seja de origem nacional ou importado, deve atender às determinações e restrições definidas pelo órgão regulador. Entre essas restrições está a limitação quanto ao uso de materiais reciclados nesse tipo de aplicação. Em função dessas exigências regulatórias, a Cacau Show não utiliza embalagens compostas por materiais reciclados.

(GRI 301-3) - Produtos e suas embalagens reaproveitados

Os produtos que apresentam apenas defeitos estéticos que não são aprovados no controle de qualidade, são comercializados como itens de segunda linha, com preços promocionais, a fim de evitar desperdícios. Esses produtos são vendidos em algumas de nossas lojas próprias, especialmente na nossa Hiper Store localizada em Itapevi.



GRI 302 - Energia

(GRI 302-1) - Consumo de energia dentro da organização

Tipo	Combustíveis (GJ)	2025
Não renováveis	Gás natural	18.442,88
	Óleo diesel	9.110,76
	Gás Liquefeito de Petróleo (GLP)	11.248,80
	Gasolina	5.476,37
	Querosene de Aviação	10.775,60
Renováveis	Etanol	715,92
	Energia elétrica	175.875,46
Total de energia consumida (GJ)		231.645,78
Percentual de energia proveniente de fontes renováveis (%)		76

Nota: em 2025, observou-se um aumento no consumo de energia e combustíveis em função da ampliação da capacidade produtiva das duas plantas, especialmente da unidade de Linhares, que realizou pela primeira vez a produção de panetones.

(GRI 302-3) - Intensidade energética

Intensidade energética (CJ/kg)	2022	2023	2024	2025
Intensidade energética	0,006	0,007	0,007	0,003



GRI 303 - Água e efluentes

(GRI 303-3) - Captação de água

Captação de água por fonte (m ³)	2022		2023		2024		2025	
	Estresse hídrico		Estresse hídrico		Estresse hídrico		Estresse hídrico	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Água de superfície		x		x		x	N/D*	N/D*
Água de terceiros	29.657		31.720		44.979		N/D*	N/D*
Água subterrânea	28.780		38.485		35.462		N/D*	N/D*
Total (m³)	58.437	0	70.205	0	80.441	0	N/D*	N/D*

Nota: N/D: indica que os dados não estão disponíveis para o período reportado.

(GRI 303-4) - Descarte de água

Descarte de água (m ³)	Níveis de tratamento	2022		2023		2024		2025	
		Estresse hídrico		Estresse hídrico		Estresse hídrico		Estresse hídrico	
		Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Água de superfície	Primário/Secundário	50.598		56.792		67.329		66.830	
Água de terceiros	Terciário	754		2.982		1.145		491	
Água subterrânea (infiltração ou outros)	N/A	0	x	10.431	x	11.967	x	0	x
Total (m³)		51.352	0	70.205	0	80.441	0	67.321	0



(GRI 303-5) - Consumo de água

Descarte de água (m ³)	2022		2023		2024		2025	
	Estresse hídrico		Estresse hídrico		Estresse hídrico		Estresse hídrico	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Água de superfície		x		x		x	N/D	N/D
Água de terceiros	29.657		31.720		44.979		N/D	N/D
Água subterrânea (infiltração ou outros)	28.780		38.485		35.462		N/D	N/D
Total (m³)	58.437	0	70.205	0	80.441	0	N/D	N/D

Nota explicativa: em 2025, não foi possível realizar o monitoramento completo dos dados relacionados aos indicadores GRI 303-3 - (Captação de água) e GRI 303-5 - (Consumo de água) devido a uma falha no equipamento responsável pela medição do consumo hídrico, o que impactou o registro e a consolidação das informações relacionadas à gestão hídrica no período. A empresa está adotando medidas para restabelecer o sistema de monitoramento e assegurar a retomada do reporte completo desses indicadores nos próximos ciclos de relatório.

GRI 305 - Emissões

(GRI 305-1|2|3) - Emissões diretas (escopo 1), emissões indiretas (escopo 2) e outras emissões indiretas (escopo 3) de Gases de Efeito Estufa (GEE)

Categoria de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)	2022	2023	2024	2025
Escopo 1	14.921	9.367	3.606	4.464,31
Escopo 2	1.838	1.377	2.361	2.584,60
Escopo 3	69.958	69.320	71.091	63.827,49
Total de emissões de GEE (tCO₂e)	86.717	80.065	77.058	70.876,41

(GRI 305-4) - Intensidade de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)

Intensidade de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)	2022	2023	2024	2025
Escopo 1 + Escopo 2 (kgCO ₂ e/kg)	0,56	0,32	0,18	0,10



GRI 306 - Resíduos

(GRI 306-3) - Resíduos gerados

Composição dos resíduos	2025		
	Geração (t)	Não destinados para disposição final (t)	Destinados para disposição final (t)
Papelão	1.084,92	1.084,92	0
Plástico	203,52	203,52	0
Metais	25,47	25,47	0
Vidro	0,88	0,88	0
Madeira	539,60	539,60	0
Embalagem de produtos químicos	3,02	3,02	0
Construção Civil - entulho	97,31	97,31	0
Produtos Químicos	3,09	3,09	0
Eletrônicos	0	0	0
Orgânico - chocolate	153,54	153,54	0
Orgânico	429,27	429,27	0
Lodo - Sistema de tratamento	348,84	348,84	0
Materiais impróprios para consumo	160,50	160,50	0
Resíduos de saúde	0,092	0	0,092
TOTAL	3.050,05	3.049,95	0,092

**(GRI 306-4)** - Resíduos não destinados para disposição final

Classificação	2025	
	Composição dos resíduos	Total (t)
Resíduos perigosos	Preparação para reutilização	0
	Reciclagem	6
	Outras operações de recuperação	0
	Total	6
Resíduos não perigosos	Preparação para reutilização	0
	Reciclagem	2.883
	Outras operações de recuperação	0
	Total	2.883
Resíduos não destinados	Total	2.889

Nota: não destinamos ou dispomos resíduos dentro da organização.

(GRI 306-5) - Resíduos destinados para disposição final

Classificação	2025			
	Composição dos resíduos	Dentro da organização (t)	Fora da organização (t)	Total (t)
Resíduos perigosos	Incineração (com recuperação de energia)	0	0,092	0,092
	Incineração (sem recuperação de energia)	0	0	0
	Confinamento em aterro	0	0	0
	Outras operações de disposição	0	0	0
	Total	-	-	0,092
Resíduos não perigosos	Incineração (com recuperação de energia)	0	0	0
	Incineração (sem recuperação de energia)	0	0	0
	Confinamento em aterro	0	0	0
	Outras operações de disposição	0	7,30	7,30
	Total	-	-	7,30
Resíduos não destinados	Total		7,39	

Nota: não destinamos ou dispomos resíduos dentro da organização. Até 2024, os dados dos indicadores GRI 306-3 até 306-5 foram apresentados em quilogramas. A partir de 2025, passaram a ser reportados em toneladas, em alinhamento com a unidade de medida adotada para o indicador GRI 306.



GRI 401 - Empregados

(GRI 401-1) - Novas contratações e rotatividade de empregados*

Número total de contratações e demissões		2022		2023		2024		2025	
		Contratações	Demissões	Contratações	Demissões	Contratações	Demissões	Contratações	Demissões
Por gênero	Homens	707	1.225	791	1.159	1.122	1.420	2.882	2.564
	Mulheres	1.432	2.060	1.371	2.291	1.632	2.667	1.887	1.608
Por faixa etária	Abaixo dos 30 anos	1.519	2.177	1.394	2.277	1.803	2.670	2.976	2.604
	De 30 a 50 anos	594	1.061	714	1.121	878	1.325	1.587	1.404
	Acima de 50 anos	26	47	54	52	73	92	206	164
Por região	Norte	3	7	15	13	16	19	11	8
	Nordeste	24	34	41	61	41	50	84	47
	Centro-oeste	96	171	76	187	88	182	145	118
	Sudeste	1.837	2.612	1.876	2.819	2.467	3.487	4.147	3.649
	Sul	179	461	154	370	142	349	382	350

*Nota: *Inclui todas as lojas próprias, unidades administrativas e produtivas da Cacau Show.*

(GRI 401-2) - Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial

A Cacau Show oferece aos seus colaboradores os Itens abaixo:

- Seguro de Vida de até 42x salários;
- Auxílio Funeral extensivo aos seus dependentes legais, pai, mãe, sogro e sogra;
- Auxílio a crianças especiais;
- Licença-maternidade;
- Licença-paternidade por liberalidade de vinte e um dias;
- Convênio odontológico;
- Programa de lucros e resultados;
- Vale alimentação;
- Cesta básica;
- Restaurante no local;
- Vale Refeição;
- Incentivo de longo prazo, para o nível de alta liderança.

Considerações: a elegibilidade dos itens acima é de acordo com a política de cada negócio.



(GRI 401-3) - Licença-maternidade/paternidade

Oferecemos às colaboradoras da Cacau Show acompanhamento mensal realizado por uma equipe médica da Seguros Unimed, com foco em orientações e cuidados durante a gestação. Além disso, disponibilizamos o acompanhamento pelo aplicativo Canguru Gravidez, que funciona como um guia clínico sobre gravidez e maternidade, permitindo a interação com profissionais de saúde e acesso a outros benefícios.

Também concedemos auxílio-creche para crianças de até 1 ano de idade, conforme previsto em acordo coletivo e como benefício oferecido pela empresa, sendo o valor creditado junto ao pagamento mensal.

No caso de crianças com deficiência, os pais recebem um valor adicional ao salário normativo até que os filhos atinjam a maioridade. Caso esses filhos completem a maioridade e permaneçam residindo com os pais, o benefício é mantido. Adicionalmente, oferecemos a extensão da licença-paternidade por até 21 dias.

Licença-parental	2022		2023		2024		2025	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Total de empregados que tiraram a licença	41	95	52	135	64	206	45	161
Total de empregados que retornaram ao trabalho após a licença	41	93	52	135	62	203	44	157
Total de empregados que se mantiveram no trabalho um ano após o retorno da licença	32	76	42	91	50	146	30	107
Taxa de retorno após a licença (%)	100	98	100	100	97	99	98	98
Taxa de retenção após a licença (%)	78	80	81	67	78	71	67	68

GRI 403 - Saúde e segurança do trabalho

(GRI 403-1) - Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho | (GRI 403-3) - Serviços de saúde do trabalho | (GRI 403-6) - Promoção da saúde do trabalhador | (GRI 403-7) - Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios

Com o propósito de prevenir, reduzir e eliminar riscos à saúde e doenças relacionadas ao ambiente de trabalho, o serviço de saúde ocupacional desenvolve programas e iniciativas voltadas ao cuidado e acompanhamento dos colaboradores. Entre as principais ações realizadas, destacam-se:

- 1. PCMSO – Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (NR-7);**
- 2. Realização de exames clínicos ocupacionais,** incluindo admissional, periódico, mudança de função ou de riscos ocupacionais, retorno ao trabalho e demissional, além de exames complementares definidos de acordo com os riscos identificados e as necessidades individuais de cada trabalhador;
- 3. Avaliação médica do colaborador e das condições do posto de trabalho,** possibilitando recomendações de adequações ou restrições quando necessário;
- 4. Atendimentos clínicos,** bem como suporte em situações de urgência e emergência;
- 5. Ações educativas em saúde,** como palestras e orientações divulgadas por meio dos canais internos de comunicação da empresa.

Os serviços de saúde são prestados por profissionais qualificados, entre eles médicos, enfermeiros, fonoaudiólogos e psicólogos, devidamente capacitados e em conformidade com as exigências das Normas Regulamentadoras.

A empresa também conta com **ambulatório médico localizado em suas dependências**, com funcionamento durante todo o horário de expediente, além de **ambulância própria para remoção de colaboradores** sempre que houver necessidade de atendimento externo.



Além disso, durante o processo de integração, todos os colaboradores recebem informações e orientações sobre os serviços de saúde disponíveis na empresa. Complementarmente, são realizadas diversas iniciativas voltadas à promoção da saúde, segurança do trabalho e prevenção de riscos, entre as quais destacam-se:

- **PAPO SMA** – iniciativa voltada à orientação e reforço de práticas relacionadas à Saúde, Segurança do Trabalho e Meio Ambiente para todos os colaboradores;
- **PDSMA – Plano Diretor de Segurança e Meio Ambiente** – que contempla orientações diárias aos funcionários, com foco no alinhamento de procedimentos e na mitigação de riscos;
- **OP – Observação Planejada (IP SMA)** – com realização de *checklists* para verificação das condições e do uso adequado dos equipamentos;
- **ETBA – Etiqueta Branca** – utilizada para sinalizar a necessidade de manutenção em equipamentos ou condições que possam apresentar risco de incidentes, acompanhada de plano de ação para correção e eliminação das causas;
- **Momento SSMAQ (Saúde, Segurança, Meio Ambiente e Qualidade)** – momento dedicado à comunicação entre as equipes de Saúde, Segurança e a gestão com os colaboradores, reforçando orientações e boas práticas.

Os atendimentos realizados pela área de saúde são registrados em prontuário eletrônico no **Sistema de Gestão de Saúde (SOC)**, que atende aos requisitos técnicos e legais estabelecidos pela **Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)**. Já os documentos físicos são armazenados em arquivo específico, com acesso restrito à equipe de saúde. Esses profissionais possuem responsabilidade ética e seguem rigorosamente o dever de sigilo profissional, assegurando a confidencialidade, a preservação e a privacidade das informações e dados registrados tanto em documentos quanto no sistema.

(GRI 403-2) - Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes

A organização promove a divulgação e o compartilhamento de suas práticas de segurança por meio de integrações conduzidas pelos profissionais da área de Saúde, Segurança e Meio Ambiente (SMA), destinadas tanto aos colaboradores internos quanto aos prestadores de serviços.

- a)** O **Laudo de Periculosidade da unidade** e o **PGR – Programa de Gerenciamento de Riscos** são utilizados como instrumentos para direcionar a gestão de riscos, com a definição e o acompanhamento de planos de ação previstos no programa.
- b)** Por meio da **CIPA – Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e Assédio** de cada unidade, os colaboradores podem reportar situações e contribuir com sugestões, comunicando-se com os representantes eleitos pelos próprios trabalhadores, e também com os representantes do SESMT de cada unidade.
- c e d)** O procedimento **POP-COR-SMA-0006**, referente à investigação de incidentes de segurança do trabalho, estabelece critérios para a classificação, análise, registro e comunicação de incidentes. O procedimento também prevê o monitoramento das ações corretivas, com o objetivo de reduzir riscos e evitar recorrências, por meio da eliminação das causas identificadas.
- e)** Para apoiar a análise dos incidentes, é utilizado o **Relatório de Análise de Causa Raiz**, com aplicação da metodologia dos **5 Porquês**, que auxilia na identificação das causas fundamentais e na definição de ações preventivas.

(GRI 403-4) - Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho

Por meio da **CIPA – Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e Assédio (NR-05)**, ao longo do ano são realizadas reuniões ordinárias e, quando necessário, reuniões extraordinárias, nas quais os colaboradores participam e são consultados sobre a gestão de riscos ocupacionais. Nessas ocasiões também são discutidas as ações relacionadas à implementação do **PGR – Programa de Gerenciamento de Riscos (NR-01)**, bem como a divulgação dos planos de ação e o alinhamento das responsabilidades junto às diferentes áreas da empresa.

Adicionalmente, por meio da **Brigada de Emergência (NR-23)**, são conduzidas iniciativas voltadas à prevenção, correção e mitigação de riscos. As atividades incluem reuniões ordinárias mensais, realizadas conforme calendário anual, além da execução de **simulados de emergência** baseados em cenários de risco previamente definidos. Esses exercícios são conduzidos com a participação da equipe responsável e dos próprios colaboradores da empresa.

**(GRI 403-5) - Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho**

A capacitação dos trabalhadores é realizada em conformidade com as exigências das **Normas Regulamentadoras (NRs)** estabelecidas pelo **Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)**. Para isso, são promovidos treinamentos obrigatórios, definidos de acordo com as especificidades e características das atividades exercidas por cada colaborador, conforme previsto no PGR – Programa de Gerenciamento de Riscos da Cacau Show.

(GRI 403-7) - Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios

Por meio da **PDSMA – Plano Diretor de Segurança e Meio Ambiente**, bem como do **PGR – Programa de Gerenciamento de Riscos**, aplicados em cada estabelecimento da Cacau Show e implementados e acompanhados pela equipe de SMA.

GRI (403-8) - Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho

O sistema de gestão é implementado por meio do Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR – NR 01), estruturado de acordo com as características e dimensionamento de cada estabelecimento da empresa. Esse sistema também se estende aos prestadores de serviços, que somam aproximadamente 1.500 colaboradores, considerando as ações definidas conforme a interface e as atividades realizadas em cada unidade.

**(GRI 403-9) - Acidentes de trabalho**

Lesões relacionadas ao trabalho	2022	2023	2024	2025
Número total de acidentes de trabalho com afastamento	28	64	72	66
Taxa de acidentes de trabalho com afastamento	6,10	9,95	8,03	10,65
Número total de acidentes de trabalho sem afastamento	71	48	10	12
Taxa de acidentes de trabalho sem afastamento	15,47	7,72	8,28	1,63
Número total de acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos) – empregados	0	0	0	0
Taxa de acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos) – empregados	0	0	0	0
Número total de acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos) – terceiros	0	0	0	0
Taxa de acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos) – terceiros	0	0	0	0
Número total de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória – empregados	99	1	0	0
Taxa de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória – empregados	21,57	17,71	19,64	10,65
Número total de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória – terceiros	0	0	0	0
Taxa de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória – terceiros	0	0	0	0
Número total de óbitos resultantes de acidente de trabalho – empregados	0	0	0	0
Taxa de óbitos resultantes de acidente de trabalho – empregados	0	0	0	0
Número total de óbitos resultantes de acidente de trabalho – terceiros	0	0	0	0
Taxa de óbitos resultantes de acidente de trabalho – terceiros	0	0	0	0

Nota: : até 2024, foram consideradas apenas as informações da unidade de Itapevi. A partir de 2025, passaram a ser incluídos também os dados da planta de Linhares.

(GRI 403-10) - Doenças profissionais

Doenças relacionadas ao trabalho	2022	2023	2024	2025
Número de óbitos resultantes de doenças profissionais - empregados	0	0	0	0
Número de casos de doenças profissionais de comunicação obrigatória - empregados	0	0	0	0
Os principais tipos de doenças profissionais – empregados	0	0	0	0
Número de óbitos resultantes de doenças profissionais - terceiros	0	0	0	0
Número de casos de doenças profissionais de comunicação obrigatória - terceiros	0	0	0	0
Os principais tipos de doenças profissionais – terceiros	0	0	0	0



GRI 404 - Capacitação e Educação

(GRI 404-1) - Média de horas de capacitação por ano, por empregado

Média de horas de treinamento por cargo funcional	2022	2023	2024	2025
Gerência	04:39	15:02	01:26	06:22
Coordenação	05:10	02:40	13:01	07:12
Supervisão	08:23	23:38	14:28	21:35
Engenheiro	13:50	01:06	02:55	0
Analista	09:17	21:25	07:37	16:52
Trainee	0	0	0	0
Técnico	0	00:15	03:46	03:00
Operacional	26:20	07:29	20:43	12:45
Estagiário	0	0	05:52	12:00
Aprendiz	00:43	00:23	06:43	12:00
Consultor	27:14	01:11	21:52	17:44
Vendedor	11:51	09:36	01:24	19:01
Franqueado	0	0	49:31	19:30

(GRI 404-2) - Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira

Média de horas de treinamento por cargo funcional	2022	2023	2024	2025
Gerência	0	05:16	03:00	06:22
Coordenação	0	05:16	03:00	07:12
Supervisão	0	0	0	21:35
Engenheiro	0	0	0	0
Analista	0	05:45	04:43	16:52
Trainee	0	0	0	0
Técnico	0	0	0	03:00
Operacional	0	0	0	0
Aprendiz	0	0	0	12:00
Consultor	0	0	0	17:44
Vendedor	0	0	0	0



(GRI 404-3) - Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira

Em 2025, estavam elegíveis ao ciclo de avaliação **1.555 colaboradores**, sendo **752 mulheres** e **803 homens**. Desse total, **1.124 (72%) correspondem a colaboradores não líderes** e **431 (28%) a posições de liderança**. O **percentual total de participantes no processo foi de 23%**, com distribuição de **48% de participação do público feminino** e **52% do público masculino**.

GRI 405 - Diversidade e igualdade de oportunidades

(GRI 405-1) - Diversidade em órgãos de governança e empregados

Diversidade em empregados		2022	2023	2024	2025
Por gênero	Homens	1.553	1.773	2.243	2.534
	Mulheres	2.841	3.172	3.616	3.939
Por faixa etária	Abaixo de 30 anos	2.559	2.791	3.241	3.411
	De 30 a 50 anos	1.725	1.992	2.395	2.700
	Acima de 50 anos	110	162	223	362

Diversidade em órgão de governança		2022	2023	2024	2025
Por gênero	Homens	7	5	5	6
	Mulheres	2	2	2	2
Por faixa etária	Abaixo de 30 anos	0	0	0	0
	De 30 a 50 anos	6	6	4	4
	Acima de 50 anos	3	1	3	4

GRI 406 - Não discriminação

(GRI 406-1) - Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas

No ano de 2025, recebemos, tratamos e concluímos sobre 12 denúncias de discriminação ou preconceito por motivos de raça, sexo, opção sexual, idade, cor, credo, condição física ou função. As denúncias foram recebidas por meio do Canal de Denúncias e foram investigadas segundo o fluxo do processo de tratamento de denúncias, sendo aplicadas desde medidas de conscientização, como a realizada no Dia da Consciência Negra de divulgação a toda Firma da Cartilha Racial, bem como ações rigorosas de demissões aos infratores em atenção às determinações do órgão colegiado interno em consonância com a política de medidas disciplinares vigente. A Cacau Show repudia qualquer forma de discriminação, dentro ou fora da empresa. Esse compromisso está claramente refletido em nosso Código de Conduta, especialmente no item 2.3, Diversidade. Nele, afirmamos que cultivar relações com carinho e pragmatismo é parte essencial de nossa receita de sucesso. Por isso, respeitamos e valorizamos a diversidade em todas as suas formas. Nosso objetivo é promover continuamente um ambiente onde todas as pessoas sejam tratadas de maneira igualitária. Não toleramos discriminação de qualquer natureza, seja em razão de orientação sexual, identidade de gênero, idade, origem, condição socioeconômica, posicionamento político, religião, crenças, constituição familiar, aparência física ou qualquer outra característica individual.

**GRI 407** - Liberdade sindical e negociação coletiva**(GRI 407-1)** - Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco

Não foram identificadas violações ao direito de liberdade sindical. A organização respeita o direito de associação de colaboradores e fornecedores, não interferindo na participação sindical e assegurando que os processos de negociação ocorram de forma ética, responsável e em conformidade com a legislação trabalhista vigente.

Nesse contexto, a companhia mantém seu compromisso com o respeito à liberdade sindical e ao direito à negociação coletiva, garantindo que todos os colaboradores estejam cobertos por convenções ou acordos coletivos firmados com os respectivos sindicatos representativos de cada região.

GRI 408 - Trabalho infantil**(GRI 408-1)** - Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil

Não permitimos a realização de atividades com menores de idade em nossas operações, exceto nos casos de contratação de aprendizes, em conformidade com a legislação vigente. Realizamos o acompanhamento de avaliações e divulgações relacionadas à ocorrência de trabalho infantil, analisando potenciais riscos e possíveis conexões com nossas operações e cadeia de valor. Em 2025, não foram identificados casos de trabalho infantil em nossa cadeia. Adicionalmente, contamos com a certificação Rainforest Alliance, que reforça nosso compromisso com práticas socioambientais responsáveis, incluindo critérios rigorosos relacionados à proteção dos direitos humanos e à prevenção do trabalho infantil ao longo da cadeia produtiva.

GRI 409 - Trabalho forçado ou análogo ao escravo**(GRI 409-1)** - Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo

Não permitimos qualquer tipo de relação trabalhista que possa ser caracterizada como trabalho forçado ou análogo ao escravo, tanto em nossas operações quanto em nossa cadeia de valor. Realizamos o acompanhamento de avaliações e divulgações relacionadas à ocorrência desse tipo de prática, verificando potenciais riscos e possíveis conexões com nossas atividades. Em 2025, não foram identificados casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo em nossa cadeia. Adicionalmente, contamos com a certificação Rainforest Alliance, que reforça nosso compromisso com práticas socioambientais responsáveis, incluindo critérios rigorosos relacionados aos direitos humanos e às condições de trabalho ao longo da cadeia produtiva.

GRI 413 - Comunidades locais**(GRI 413-1)** Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local

As ações de engajamento com a comunidade local, bem como as avaliações de impacto e os programas de desenvolvimento, são realizadas por meio do Instituto Cacau Show, com iniciativas voltadas principalmente para a área de educação.

(GRI 413-2) - Operações com impactos negativos significativos reais ou potenciais nas comunidades locais

Não foram identificadas operações que gerem impactos negativos nas comunidades locais.

**GRI 415 - Políticas públicas****(GRI 415-1) - Contribuições políticas**

Conforme previsto em nosso Código de Conduta, a empresa não realiza doações para partidos políticos, candidatos a cargos eletivos, comitês de campanha, coligações ou para pessoas físicas e jurídicas a eles vinculadas. Essa prática está alinhada e em conformidade com a legislação eleitoral vigente.

Adicionalmente, reconhecemos e respeitamos o direito de nossos colaboradores de participarem de atividades políticas, desde que essa participação ocorra em caráter pessoal, fora do horário de trabalho e em conformidade com as diretrizes da empresa.

GRI 416 - Saúde e segurança do consumidor**(GRI 416-1) - Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços**

- Linha Zero Adição de Açúcares: são chocolates destinados a atender à necessidade de pessoas em dietas com ingestão controlada de açúcares ou que desejam consumir alimentos com uma quantidade reduzida de açúcares (RDC nº 715 de 1º/07/2022 – ANVISA);
- Linha Zero Lactose: são chocolates destinados a pessoas em dietas com restrição de lactose, com doenças ou condições que requeiram a restrição de lactose ou mesmo que desejam consumir alimentos sem este ingrediente (RDC nº 715 de 1º/07/2022 – ANVISA);
- As legislações-base de segurança de alimentos que seguimos são as: Portaria nº 1.428 de 26/11/1993 (ANVISA), RDC nº 275 de 21/10/2002 e Portaria nº 326 de 30/07/1997.

Além das informações citadas que afetam diretamente a saúde do consumidor também respeitamos as seguintes normas:

- Declaração de ausência ou presença de glúten na rotulagem (Lei nº 10.674 de 13/05/2003);
- Declaração de presença de lactose (Lei nº 13.305 de 04/06/2016);
- Declaração de presença de ingredientes considerados alergênicos (RDC nº 727 de 1º/07/2022-ANVISA);
- Declaração de alteração de formulação (RDC nº 727 de 1º/07/2022-ANVISA);
- Declaração de presença do corante tartrazina (INS 102) (RDC nº 727 de 1º/07/2022).

(GRI 416-2) - Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços

Total de casos de não conformidade no período de relato: 0.
Casos de não conformidade que resultaram em multas: 0.
Casos de não conformidade que resultaram em advertência: 0.
Casos de não conformidade em códigos voluntários: 0.

**GRI 417 - Marketing e rotulagem****(GRI 417-1) - Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços**

Informações constam em nossas embalagens:

1. Informações sobre impacto ambiental e disposição dos produtos (tipo do material e destinação);
2. Nome do produto, marca, nome e endereço do fabricante, peso líquido, lote e validade, e uso de aditivos (Decreto-lei nº 986, 21/10/1969);
3. Rotulagem geral de alimentos (RDC nº 727 de 1º/07/2022-ANVISA);
4. Rotulagem nutricional (RDC nº 429 de 08/10/2020 – ANVISA).

Número total de casos de não conformidade no período do relato, em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços: 0.

(GRI 417-2) - Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços

Casos de não conformidade que resultaram em multa ou penalidade: 0.
Casos de não conformidade que resultaram em advertência: 0.
Casos de não conformidade com códigos voluntários: 0.

(GRI 417-3) - Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing

Número total de casos de não conformidade no período do relato, em relação a comunicação de *marketing*, publicidade, promoção e patrocínio: 0
Casos de não conformidade que resultaram em multa ou penalidade: 0.
Casos de não conformidade que resultaram em advertência: 0.
Casos de não conformidade com códigos voluntários: 0.

GRI 418 - Privacidade do cliente**(GRI 418-1) - Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes**

Número total de queixas comprovadas relativas à violação da privacidade do cliente, categorizadas por:
Queixas recebidas de partes externas e comprovadas pela organização: 0.
Queixas de agências reguladoras: 0
Número total de vazamentos, furtos ou perdas de dados de clientes que foram identificados: 0.



Acervo de fotos Cacau Show.



Sumário

GRI



Declaração de uso

GRI 1 Usada

Norma(s) Setorial(ais) da GRI aplicável(eis)

A Cacau Show relatou com base nas Normas GRI para o período de 01/01/2025 a 31/12/2025.

GRI 1: Fundamentos 2021.

Não houve.

GRI 2 | Conteúdos Gerais

(GRI 2-1) Detalhes da organização - Timeline Sustentabilidade; A Cacau Show; Operações da Cacau Show; Grupo Playcenter e Estrutura de Governança.	páginas 9, 12,13, 14, 15,31 e 117
(GRI 2-2) Entidades incluídas no Relatório de Sustentabilidade da organização - Sobre o Relatório e Anexo.	páginas 4,12, 13, 14, 15 e 140
(GRI 2-3) Período de relato; Frequência e ponto de contato - Sobre o Relatório.	página 4
(GRI 2-4) Reformulações de informações - Anexo.	página 140
(GRI 2-6) Atividades; Cadeia de valor e outras relações de negócios - Reconhecimento, Excelência e Premiações; A Cacau Show; Operações da Cacau Show; Complexo Industrial - Itapevi; Complexo Industrial - Linhares; Fazenda Dedo de Deus; Brigaderia; Bendito Cacao Resort & Spa - Campos do Jordão; Bendito Cacao Family Resort - Águas de Lindóia; Canais Digitais; Inovação Digital como Vetor de Competitividade e Sustentabilidade; Presença de Mercado, Governança e Expansão; e Anexo.	páginas 6,7,12,13,14,15,16,17,23,25,27,29,31,33,40,41,51,52,53 e 140
(GRI 2-7) Empregados - Nosso Time Show; Diversidade e Inclusão; e Anexo.	páginas 70,75,76,77 e 141
(GRI 2-8) Trabalhadores que não são empregados - Anexo	página 143
(GRI 2-9) Estrutura de governança e sua composição - Estrutura de Governança e Anexo.	páginas 117 e 144
(GRI 2-11) Presidente do mais alto órgão de governança - Estrutura de Governança.	página 117
(GRI 2-12) Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos - Reconhecimento, Excelência e Premiações; e Estrutura de Governança.	páginas 6,7 e 117
(GRI 2-14) Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no Relatório de Sustentabilidade - Sobre o Relatório.	página 4
(GRI 2-16) Comunicação de preocupações cruciais - Estrutura de Governança; e Ética e Compliance.	páginas 117 e 118
(GRI 2-17) Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança - Nossas Diretrizes e Diretrizes ASC.	páginas 8 e 10
(GRI 2-19) Políticas de remuneração - Remuneração e Benefícios; e Anexo.	páginas 72,73 e 145
(GRI 2-21) Proporção da remuneração total anual - Anexo.	páginas 145 e 146



(GRI 2-22) Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável - Mensagem do fundador; Nossas Diretrizes e Diretrizes ASC.	páginas 3,8,10
(GRI 2-25) Processos para reparar impactos negativos - Canal de Denúncias e Anexo.	páginas 119 e 146
(GRI 2-26) Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações - Canal de Denúncias; Ética e Compliance; e Anexo.	páginas 118,119,147
(GRI 2-27) Conformidade com leis e regulamentos - Privacidade de Dados e Anexo.	páginas 120 e 147
(GRI 2-28) Participação em associações - Anexo.	página 148
(GRI 2-29) Abordagem para engajamento de stakeholders - Reconhecimento, Excelência e Premiações; Grupo Playcenter; Revenda; Canais Digitais; Inovação Digital como Vetor de Competitividade e Sustentabilidade; Canal B2B; Eventos Corporativos e Engajamento da Rede; PEF – Programa de Excelência de Franqueados; <i>Customer Experience</i> ; Cacau Lovers; Presença de Mercado, Governança e Expansão; Nosso Time Show; Diversidade e Inclusão; Ações de Clima e Retenção de Talentos; Gestão de Performance e Desenvolvimento de Pessoas; Cacau Lovers – Lovers pela Causa; Ações Sociais e Anexo.	páginas 6,7,31,35,36,37,40,41,43,44,46,47, 8,49,50,51,52,53,70,75,76, 77,87,88,89,90,91,92, 105,106, 107,108,111 e 148
(GRI 2-30) Acordos de negociação coletiva - Anexo.	página 148

GRI 3 | Temas Materiais

(GRI 3-1) Processo de definição de temas materiais - Anexo.	página 149
(GRI 3-2) Lista de temas materiais - Anexo.	página 149
(GRI 3-3) Gestão dos temas materiais - Gestão do Temas Materiais.	páginas 57,69 e 116

Conteúdos Temáticos

(GRI 201) Desempenho econômico.	
(GRI 201-1) Valor econômico direto gerado e distribuído - A Cacau Show e Operações da Cacau Show.	páginas 12,13,14,15 e 150
(GRI 201-4) Apoio financeiro recebido do governo - Anexo.	página 150
(GRI 202) Presença de mercado.	
(GRI 202-1) Proporção entre o salário mais baixo e o salário-mínimo local, com discriminação por gênero - A Cacau Show; Operações da Cacau Show e Anexo.	páginas 12,13,14,15 e 150
(GRI 203) Impactos econômicos indiretos	
(GRI 203-1) Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços - Arquitetura, Experiências e Inovação no Varejo; Nosso Time Show e Anexo.	páginas 63,70 e 151

**(GRI 204) Práticas de compras****(GRI 204-1) Proporção de gastos com fornecedores locais** - Fornecedores e Anexo.

páginas 122 e 151

(GRI 205) Combate à corrupção**(GRI 205-1) Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção** - Anexo.

página 151

(GRI 205-2) Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção - Anexo.

página 151

(GRI 205-3) Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas - Anexo.

página 151

(GRI 301) Materiais**(GRI 301-1) Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume** - Anexo.

página 152

(GRI 301-2) Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados - Anexo.

página 152

(GRI 301-3) Produtos e suas embalagens reaproveitados - Anexo.

página 152

(GRI 302) Energia**(GRI 302-1) Consumo de energia dentro da organização** - Energia e Anexo.

páginas 60 e 153

(GRI 302-3) Intensidade energética - Anexo.

página 153

(GRI 303) Água e efluentes**(GRI 303-3) Captação de água** - Anexo.

página 154

(GRI 303-4) Descarte de água - Anexo.

página 154

(GRI 303-5) Consumo de água - Anexo.

página 155

(GRI 305) Emissões**(GRI 305-1|2|3) Emissões diretas (escopo 1), emissões indiretas (escopo 2) e outras emissões indiretas (escopo 3) de Gases de Efeito Estufa (GEE)** - Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) e Anexo.

página 155

(GRI 305-4) Intensidade de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) - Anexo.

página 155

**(GRI 306) Resíduos****(GRI 306-1) Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos** - Gestão de Resíduos.

páginas 61 e 62

(GRI 306-2) Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos - Gestão de Resíduos.

páginas 61 e 62

(GRI 306-3) Resíduos gerados - Anexo.

página 156

(GRI 306-4) Resíduos não destinados para disposição final - Anexo.

página 157

(GRI 306-5) Resíduos destinados para disposição final - Anexo.

página 157

(GRI 308) Avaliação ambiental de fornecedores**(GRI 308-1) Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais** - Fornecedores.

página 122

(GRI 308-2) Impactos ambientais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas - Fornecedores.

página 122

(GRI 401) Empregados**(GRI 401-1) Novas contratações e rotatividade de empregados** - Anexo.

página 158

(GRI 401-2) Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial - Remuneração e Benefícios; e Anexo.

páginas 72,73 e 158

(GRI 401-3) Licença-maternidade/paternidade - Anexo.

página 159

(GRI 403) Saúde e segurança do trabalho**(GRI 403-1) Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho** - Saúde e Segurança do Trabalho; e Anexo.

páginas 93 e 159

(GRI 403-2) Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes - Anexo.

página 160

(GRI 403-3) Serviços de saúde do trabalho - Anexo.

página 159

(GRI 403-4) Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho - Saúde e Segurança do Trabalho; e Anexo.

páginas 93,160

(GRI 403-5) Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho - Saúde e Segurança do Trabalho; e Anexo.

páginas 93,161

(GRI 403-6) Promoção de saúde do trabalhador - Remuneração e Benefícios; Saúde e Segurança do Trabalho; e Anexo.

páginas 72,73,159



(GRI 403-7) Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios - Anexo.

páginas 159 e 161

(GRI 403-9) Acidentes de trabalho - Saúde e Segurança do Trabalho; e Anexo.

páginas 93 e 162

(GRI 403-10) Doenças profissionais - Anexo.

página 162

(GRI 404) Capacitação e educação

(GRI 404-1) Média de horas de capacitação por ano, por empregado - Anexo.

página 163

(GRI 404-2) Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira - Capacitação; Gestão de Performance e Desenvolvimento de Pessoas; e Anexo.

páginas 88 até 92 e 163

(GRI 404-3) Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira - Gestão de Performance e Desenvolvimento de Pessoas; e Anexo.

páginas 88 até 92 e 164

(GRI 405) Diversidade e Igualdade de Oportunidades

(GRI 405-1) Diversidade em órgãos de governança e empregados - Diversidade e Inclusão; e Anexo.

páginas 75,76, 77 e 164

(GRI 406) Não discriminação

(GRI 406-1) Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas - Anexo.

página 164

(GRI 407) Liberdade sindical e negociação coletiva

(GRI 407-1) Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco - Anexo.

página 165

(GRI 408) Trabalho infantil

(GRI 408-1) Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil - Anexo.

página 165

(GRI 409) Trabalho forçado ou análogo ao escravo

(GRI 409-1) Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo - Anexo.

página 165

(GRI 413) Comunidades locais

(GRI 413-1) Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local - Gestão de Resíduos; Hotelaria Sustentável; Instituto Cacau Show; Cacau Lovers – Lovers pela Causa; Ações Sociais; Iniciativas sociais do Grupo Playcenter e Anexo.

páginas 61,62,67,95,97,98,99,101,105, 106,107, 108,111,112, 113 e 165.

(GRI 413-2) Operações com impactos negativos significativos reais ou potenciais nas comunidades locais - Anexo.

página 165

**(GRI 414) Avaliação social de fornecedores****(GRI 414-1) Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais** - Fornecedores.

página 122

(GRI 414-2) Impactos sociais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas - Fornecedores.

página 122

(GRI 415) Políticas públicas**(GRI 415-1) Contribuições políticas** - Anexo.

página 166

(GRI 416) Saúde e segurança do consumidor**(GRI 416-1) Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços** - Anexo.

página 166

(GRI 416-2) Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços - Anexo.

página 166

(GRI 417) Marketing e rotulagem**(GRI 417-1) Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços** - Anexo.

página 167

(GRI 417-2) Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços - Anexo.

página 167

(GRI 417-3) Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing - Anexo.

página 167

(GRI 418) Privacidade do cliente**(GRI 418-1) Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes** - Privacidade de Dados e Anexo.

páginas 120 e 167



Créditos

Coordenação, redação e indicadores GRI
Sustentabilidade e SMA

Revisão, projeto gráfico e diagramação
Criação

Fotos
Audiovisual

 **Este relatório é interativo.** Clique no item desejado para ser direcionado à página correspondente.